

компаний работодателей, так как его основное направление – формирование реальной рабочей среды, а не представления о ней.

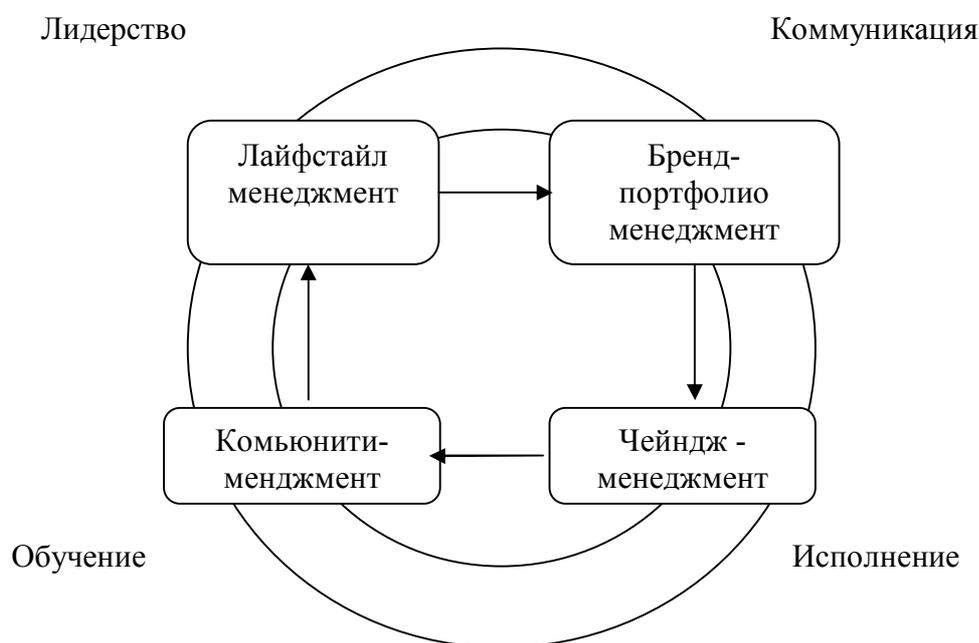


Рис.1. Схема взаимодействия функций HR-брендинга

Следует отметить, что HR-брендинг направлен не только на проведение мероприятий с работниками компании, а на тщательную работу с репутацией компании и определение долгосрочной стратегии функционирования на рынке труда.

#### Литература

1. Мансуров Р. Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала. БХВ-Петербург, СПб., 2011.
2. Интернет-адрес: <http://planetahr.ru/publication/4047>.

## ОСОБЕННОСТИ БРАЧНЫХ УСТАНОВОК У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ ИЗ ЧИСЛА ДЕТЕЙ-СИРОТ

О. С. Шаченкова

После окончания школы для многих молодых людей из числа детей-сирот создание своей собственной семьи является едва ли не самой заветной мечтой. Но на пути к осуществлению этой мечты они терпят неудачи чаще, чем их домашние сверстники. Даже если сироты создают свои семьи, в большинстве случаев они не справляются с проблемами бытового и юридического характера, не находят должного понимания у окружающих, не знают, куда обратиться со своими вопросами и возникшими затруднениями. Не всем удастся найти общий язык с новым

для них окружением, самостоятельно устроить свой быт и утвердиться в жизни [2, с. 25.].

Одним из успешных условий адаптации воспитанников сиротских учреждений является их подготовленность к браку, семейной жизни. Так, в 2009 г. в Минской области на учете в ТЦСОН состояли 1250 выпускников интернатов в возрасте от 18 до 23 лет. Зачастую молодые люди, только что вышедшие из стен интернатов, создают семьи или становятся матерями-одиночками [1, с. 26]. Это, среди прочего, объясняется отсутствием стереотипа материнского поведения выпускниц, что, в свою очередь, делает актуальным и проблему раннего материнства. Причем сироты торопятся рожать не только из-за своей инфантильности, но и в поисках выхода из одиночества [1].

Социальная адаптация выпускников интернатных учреждений - это, прежде всего, проблема социализации ребенка, поскольку образцы поведения, мышления, способы активности формируются еще в раннем возрасте и оказывают влияние на дальнейшую взрослую жизнь. В теориях социализации подчеркивается значение детского периода личности и значение социальной среды, первичным элементом которой выступает семья.

Под социализацией, как правило, понимается процесс усвоения и активного воспроизводства индивидом социокультурного опыта (социальных норм, ценностей, образцов поведения, ролей, установок, обычаев, культурной традиции, коллективных представлений и верований). Американский психиатр А. Кардинер, например, полагал, что основные психические задатки человека в процессе социализации устанавливаются первые 4–5 лет жизни, затем они приобретают стабильные характеристики и значительно измениться уже не могут [3].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что основным источником проблем при построении семейных отношений у выпускников интернатных учреждений является отсутствие навыков такого взаимодействия в связи с социализацией вне семьи, так как только семья может дать ребенку навыки полноценной, независимой жизни в обществе.

Очень многое зависит от внутренней установки молодых людей. В условиях институционализации у них формируется установка «я – ничей», при столкновении с реальностью она перерастает в позицию «один – против всех». Очень сильный фактор, влияющий на успешность жизненного устройства выпускников, – неготовность общества принять этих молодых людей и содействовать их социализации. К тому же выпускники интернатных учреждений отличаются неумением организовать свое свободное время, быт, строить общение с окружающими. И, как

правило, вчерашние воспитанники детских домов остаются без поддержки, не представляют, кому они могли бы доверять и на кого рассчитывать. Если молодые люди, выросшие в семьях, имеют возможность в случае неудачи вернуться в родительский дом, то их сверстники из детских домов такой возможности лишены [4].

Практическое значение исследования данной проблемы определяется, в первую очередь, необходимостью поисков путей и средств формирования навыков создания адекватных и устойчивых межличностных отношений, а также созданием позитивной установки у лиц из числа детей-сирот на формирование «модели семьи», включающей понимание важности и смысла создания семьи, осознание взаимосвязи гармонизации личности с эффективной реализацией семьей возложенных на нее функций.

Цель данного исследования заключалась в изучении особенностей брачно-семейных установок молодых людей из числа детей-сирот.

Объект – представления о браке и брачно-семейных взаимоотношениях у молодых людей. Предмет – особенности представлений о браке и брачных взаимоотношениях у молодых людей из числа детей-сирот.

Гипотеза исследования предполагает, что представления о браке и брачных взаимоотношениях у молодых людей из числа детей-сирот отличаются от таковых молодых людей, воспитывающихся в родительских семьях.

Выборку исследования составили выпускники SOS-детской деревни п. Боровляны, проживающие в Молодежных домах, в возрасте от 16 до 21 года в количестве 60 человек. Контрольную группу составили 60 молодых людей (юношей и девушек) в возрасте 16–21 год, воспитывавшихся в семье.

В исследовании применялась авторская анкета, включающая 24 вопроса, направленных на выявление отношения молодых людей к браку и брачно-семейным отношениям. Вопросы анкеты можно разделить на 4 группы: общие брачные установки, представления об интимных отношениях, поло-ролевые ожидания, детско-родительские установки.

В ходе изучения общих брачных установок было выявлено, что для 73 % молодых людей, независимо от условий воспитания, семья является самым ценным в жизни. Однако на уровне статистической значимости обнаружены различия между исследуемыми группами респондентов – для 81 % молодых людей, воспитывающихся в условиях родительской семьи, семья является самым ценным в жизни, в отличие от молодых людей из числа выпускников SOS-детской деревни (65%), для кото-

рых ценность семьи сравнима с ценностью собственного здоровья и работы.

В ходе анализа причин, детерминирующих вступление в брак, выявлено, что мотивы вступления в брак диаметрально противоположны у исследуемых групп молодых людей. Для выпускников SOS-детской деревни достоверно более значимыми и ведущими мотивами вступления в брак являются желание создать семью, доверие, взаимопонимание, наличие общих интересов. Для молодых людей, воспитывающихся в семьях, более значимыми мотивами являются единые ценности и взгляды на жизнь, уважение, беременность и дети.

На вопрос об установках на официальный брак только 13,3% молодых людей ответили, что официально зарегистрированный брак – это единственно возможная форма брака. Современная молодежь, вне зависимости от воспитания в семье или вне ее, полностью не отвергает значимость официальной регистрации брачных отношений, но также и не считает ее обязательным условием своей семейной жизни. Брак стал более свободным от обязательств.

Молодые люди, являющиеся выпускниками SOS-детской деревни, важнейшим показателем гармоничных отношений между супругами считают доверие, честность, наличие общих интересов, преданность, уважение, терпение, взаимопонимание. Среди опрошенных из первой группы на первом месте стоит честность, затем доверие. Наименее значимый показатель для данной группы – материальное благополучие, в то время как для респондентов второй группы это является наиболее значимым признаком гармоничности семейных отношений.

По результатам анализа ответов на данный вопрос можно сделать вывод о том, что молодые люди из числа детей-сирот при вступлении в брак ищут, в основном, психологического комфорта, удовлетворения потребности в близости и признании. Исходя из этого, потребность в официальной регистрации брака теряет смысл и становится понятным, почему гражданские браки приобретают среди них все большую значимость, т.к. в них основной акцент делается на удовлетворение аффилиативных потребностей.

Выявленные особенности брачно-семейных установок лиц из числа детей-сирот (на примере выпускников SOS-детской деревни п. Боровляны) обусловлены особенностями протекания социализации их вне семьи.

Полученные результаты позволяют сделать следующие рекомендации: сотрудникам SOS-детской деревни, а также специалистам, работающим с выпускниками данной организации уделять внимание целенаправленному формированию у воспитанников качеств, способствующих более успешной их социализации, в том числе, и в сфере брачно-

семейных установок; необходимо создание целостной теоретической базы, касающейся особенностей формирования личности воспитанника в условиях SOS-детской деревни, основанной на практическом изучении указанных особенностей; на уровне государства – учитывать, среди прочих, и психологические особенности лиц из числа детей-сирот при составлении и реализации срочных государственных программ.

#### Литература

1. *Лаврович А. П.* Организация и технологии постинтернатного сопровождения детей-сирот: методическое пособие / А. П. Лаврович [и др.]. Мн., 2010.
2. *Ладохина Л. В.* Проблемы семей выпускников интернатных учреждений // Детский дом. 2007. № 23.
3. *Сакварелидзе Е. В.* Проблемы социальной адаптации выпускников интернатных учреждений // Интернет-адрес: <http://lib.socio.msu.ru>.
4. *Семья Г.* Российский опыт работы с выпускниками интернатных учреждений // Альманах "Неволя". Приложение к журналу "Индекс/Досье на цензуру". 2007. № 14.

## ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ РИЭЛТЕРСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

О. Г. Шевчик

В настоящее время рынок недвижимости Республики Беларусь активно развивается и расширяется, о чем свидетельствует ежегодный рост сделок с объектами недвижимости, непрерывное увеличение числа посредников, а также заметное повышение качества риэлтерских услуг.

Однако прослеживается тенденция приближения рынка к стадии насыщения, что будет сопровождаться снижением спроса, усилением конкуренции, сокращением доходности и привлекательности коммерческой недвижимости среди инвесторов. Поэтому субъекты рынка недвижимости уже сегодня задумываются о том, насколько оправданы такие прогнозы, какие новые горизонты открываются перед ними и инвесторами недвижимости, как сохранить конкурентоспособность в таких условиях.

В поисках ответов на эти вопросы риэлтерские организации все чаще обращаются к приемам *маркетинга*. Чаще всего под маркетинговой политикой агентства недвижимости понимают действия по повышению привлекательности объекта в глазах потенциальных покупателей, арендаторов, инвесторов, либо другой целевой группы, а также работу по совершенствованию оказываемых услуг, поиск новых путей привлечения потребителей.

Основными составляющими маркетинговой политики любой риэлтерской организации являются: