

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ПРОФЕССИИ СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА

[И. С. Ерфилова, А. А. Сивцова](#)

*ГБОУ ВПО «Новосибирский государственный медицинский университет» Минздрава
России (г. Новосибирск)*

В статье рассматриваются проблемы формирования имиджа профессии «социальная работа». Представлен анализ социологического исследования, направленного на изучение имиджа профессиональной социальной работы среди населения г. Новосибирска.

Ключевые слова: имидж, кадры социальной сферы, образ профессии, профессионализм, социальная работа.

Сивцова Анна Александровна — студент 1-го курса факультета социальной работы и клинической психологии ГБОУ ВПО «Новосибирский государственный медицинский университет», e-mail: sivtsova.1996@mail.ru

Ерфилова Инна Сергеевна — старший преподаватель кафедры теории и технологии социальной работы ГБОУ ВПО «Новосибирский государственный медицинский университет», рабочий телефон: 8 (383) 227-31-01

В процессе социальной трансформации российского общества на рубеже XX-XXI веков качественно изменялась и его социальная структура. Одно из важнейших изменений — появление помогающих профессий, предназначение которых заключается в заботе о человеке. Среди таких нововведений — социальная работа, утвержденная в России в 1991 году одновременно как вузовская специальность и профессиональная деятельность. Однако профессионализация социальной работы в современном российском обществе серьезно тормозится из-за ограниченности материально-финансовых ресурсов, различий в качестве предоставляемых социальными службами и учреждениями услуг, сохранения «остаточного подхода» к социокультурным проблемам, дефицита знаний и необходимых навыков у практических работников. Все это негативно сказывается на престиже профессии «социальная работа». А низкий уровень престижности социально-значимых профессий соответственно отражается на эффективности реализации национальных проектов РФ, шире — повышении качества социальных услуг [1].

Феномен престижности профессий является предметом исследования социологов, психологов и педагогов на протяжении последнего столетия. Это во многом связано

с необходимостью изучения не только динамичных социально-экономических процессов, происходящих в современном обществе и постоянно трансформирующих его структуру, но и с раскрытием специфики человеческого выбора, самоопределения в процессе личностного и профессионального роста [2].

Под **имиджем профессии** принято понимать специально конструируемый образ для клиентов, который должен соответствовать их ожиданиям и потребностям [3].

Говоря об имидже социального работника, мы имеем в виду и имидж социальной службы в целом — управления соцзащиты, учреждения социального обслуживания, в рамках которого работает представитель данной профессиональной общности [1].

Социальная работа как вид деятельности находится за гранью престижных профессий. Это связано со спецификой имиджа социального работника. Она заключается в том, что работа специалистов часто остается незамеченной большей частью населения, так как затрагивает интересы малых социальных групп. Также это связано и со стереотипизацией общества социальной работы с социальными услугами — в таких случаях люди, оказывающие клиентам уход на дому или работающие в учреждениях социального обслуживания, считаются социальными работниками вне зависимости от того какие функции они выполняют. Подобная унификация с непроработанной терминологией обесценивает статус специалиста социальной работы и стирает грань между социальной работой и социальными услугами как частью социальной работы. Следует упомянуть и о проблеме доверия граждан социальным работникам как профессионалам, способным оказать помощь на должном уровне. Специфичность проявляется и внутри профессии: отсутствует внутренний профессиональный контроль за уровнем и качеством деятельности в этой сфере. Отсутствует четкое законодательное закрепления правового статуса социального работника, обеспечивающего нормативную защищенность всех представителей этой профессии. Медленно решаются и проблемы социальной защиты социальных работников — особенно в области доходов и социальных льгот [2].

В литературе возникновение социальной работы как профессии обычно датируют концом XIX — началом XX веков. Именно в этот период в ряде индустриально развитых стран появляются группы специалистов, которые начинают профессионально заниматься социальной работой, создают учебные заведения, обучают социальных работников. Великобритания и США были теми странами, где социальная работа раньше всего оформилась в качестве особого вида деятельности, и где она затем была поставлена на профессиональную основу.

Проблема престижности социальной работы как профессии, ее имидж в глазах широкой общественности является объектом исследования ученых в США, Великобритании, Канаде, Германии, Словакии и других странах. Безусловно, это связано с реализацией эффективной социальной политики. В результате исследования зарубежного опыта формирования профессионального имиджа мы выяснили, что основным каналом формирования имиджа профессии «социальная работа» являются СМИ.

В 1991 году Россия присоединилась к сообществу стран, в которых существует профессиональная социальная работа. Становление и развитие в нашей стране социальной работы как вида профессиональной деятельности пришлось на период интенсивных качественных преобразований, затрагивающих все сферы общественной жизни. Обострились социальные проблемы, при которых подавляющее большинство россиян нуждается сегодня в социальной защите и поддержке со стороны государства.

Сегодня можно говорить о целом комплексе проблем, затрудняющих окончательную профессионализацию этого вида деятельности. Несмотря на сдвиги в реформировании социальной защиты, в общественном мнении престиж социальной работы как профессии находится на достаточно низком уровне.

С целью выявления мнения населения Новосибирской области о представлении профессии «социальная работа» было проведено онлайн анкетирование, выборка исследования составила — 150 человек в возрасте от 16 и до 59 лет.

Анализ результатов показал следующее:

1. Мнение респондентов о личностных качествах тех, кто становятся социальными работниками. По мнению 40 % респондентов социальный работник является милосердным, отзывчивым и добрым человеком, который сам бывал в подобной ситуации; 20 % опрошенных ответили, что это специалист готовый помочь в любой момент. Но также есть мнения, что социальный работник — это человек с неудавшейся карьерой, который не смог больше никуда устроиться — 27 %, получающий удовольствие от того, что может влиять на судьбы других людей — 13 %. Можно сделать вывод о том, что не существует однозначного образа личностных качеств социального работника в массовом сознании.
2. Проблемы, решаемые социальным работником (по мнению респондентов). Для того чтобы разобраться в правильности понимания населением деятельности социального работника, респондентам было предложено перечислить проблемы, которые, по их мнению, решает специалист. Полученные результаты свидетельствуют о том, что население знает только малую часть услуг, оказываемых специалистами социальной работы. Именно неясность и неопределенность в характеристике деятельности социальных работников связаны с тем, что она не может конкурировать с новыми профессиями, появившимися в нашей стране также сравнительно недавно. Данная ситуация вредит как самим специалистам, теряющим адекватную самооценку своего профессионального статуса, отличающегося непрестижностью в обществе, так и обществу в целом, которому оказываются услуги.
3. Ассоциации респондентов, связанные с профессией «социальная работа». По мнению респондентов, социальный работник в большей мере похож на муравья — 36 %, потому что люди такой профессии очень трудолюбивы и терпеливы, они готовы помогать другим независимо от того сколько им придется затратить сил и времени. Белка в колесе — 28 %, данная ассоциация объясняется тем, что социальный работник действительно очень занятой человеке, который выполняет массу разных дел, или же, наоборот, чьи усилия бесплодны, хотя и требуют немало времени и сил. Сова — символ мудрости, по мнению 20 % респондентов, олицетворением специалиста социальной работы может являться именно она. Дятел — «доктор леса», по мнению 16 % респондентов, подобно дятлу социальный работник очищает общество от вредных факторов. Тем самым признание значимости и полезности социальной работы (уважительность к труду социальных работников) сочетается с распространенным стереотипом (нередко отражающим реальность), что возможности социальных работников весьма ограничены, а потому их немалые усилия далеко не всегда эффективны.
4. Картина реального имиджа смещается в сторону снижения уровня положительной его оценки при сопоставлении этих данных с позицией респондентов, отраженной в ответе на вопрос о том, к кому они обратились бы за помощью в случае возникновения жизненных проблем. Как показали результаты анкетирования, 40 % респондентов в трудную минуту обратятся к родственникам. Во вторую очередь обратятся к друзьям

и знакомым — 25 %. Социальные службы особой популярностью не пользуются. И хотя по рейтингу они занимают третье место — 10 %, но лидирующей ее назвать нельзя, так как социальные службы находятся на одной строчке с мнением, что не стоит никуда обращаться. Это свидетельствует о недостаточной доверительности в отношениях с социальными службами и их работниками.

5. Мнение респондентов о причинах, по которым люди не обращаются в социальные службы. При обращении к респондентам, как к экспертам, было выявлено их мнение о причинах, по которым люди не обращаются в социальные службы. Исходя из результатов, можно сказать, что мнения отрицательно характеризуют профессиональный имидж специалистов социальной работы и содержат явные сомнения относительно желания, готовности и возможности оказания ими помощи клиентам, что находится в явном противоречии с вышеприведенными характеристиками, которые дали респонденты тем, кто идет работать в социальную сферу (милосердные, готовые помочь и пр.). По полученным результатам можно сказать, что люди не информированы о том, куда в случае возникновения проблем можно обратиться — 42 %, и не знают, какую реальную помощь могут получить — 40 %. Также основываясь на стереотипах и личном общении, население боится нарваться на грубость или равнодушное отношение со стороны специалиста — 18 %.
6. Данные мониторинга источников, из которых берется информация о профессии у респондентов. В процессе исследования было выявлено, из каких источников респонденты узнали о социальных учреждениях. Основными источниками являются соседи, родные, знакомые — 54 %, телевизионные информационные материалы — 26 %, реклама в СМИ — 20 %. Следовательно, практически всю информацию о социальной работе население получает из так называемого сарафанного радио, что негативно сказывается как на отдельном образе социального работника, так и на всей профессии в целом.
7. Мнение респондентов, о том, что нужно сделать для того, чтобы изменить сложившееся в обществе мнение о профессии «социальная работа»:
 - необходимо уделить большее внимание социальной работе в сельской местности;
 - следует увеличить заработную плату работникам социальных служб, тогда их услуги будут более профессиональны;
 - проводить политику формирования имиджа: беседы, реклама, сериалы, документальные фильмы, а также использовать СМИ для информирования более широкой аудитории;
 - организовывать публичные мероприятия на площадках города, которые бы смогли рассказать обо всех аспектах профессии «социальная работа».

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что сегодня актуализируется потребность населения в профессиональной активности специалистов по социальной работе.

В заключении следует отметить, что, опираясь на опыт отечественных и зарубежных исследователей, а также на результаты анкетирования, мы пришли к выводу — в настоящее время социальная работа переживает этап своего профессионального становления. Также можно сказать, что данная профессия в России имеет ряд проблем:

1. социальная работа в России не закончила свою профессионализацию;
2. проблема доверия граждан социальным работникам как профессионалам способным оказать помощь своим клиентам на должном уровне;
3. существует стереотипизация социальной работы с «социальными услугами».

Подобные причины обесценивают статус социальной работы и специалистов данной сферы. Несмотря на все попытки изменить это, имидж профессии остается на достаточно низком уровне.

Список литературы

1. Александров А. А. Роль СМИ и PR в социальной работе / А. А. Александров // Вестн. Балтийского федерального университета имени Канта. — Режим доступа : (<http://cyberleninka.ru/article/n/rol-sredstv-massovoy-informatsii-i-pr-v-sotsialnoy-rabote>). — Дата обращения : 23.04.2015.
2. Иванов А. В. Проблемы престижа профессии социальная работа / А. В. Иванов // Социальная сеть работников образования. — Режим доступа : (<http://nsportal.ru/blog/obshcheobrazovatel'naya-tematika/all/2012/03/22/problemny-prestizha-professii-sotsialnoy-raboty>). — Дата обращения : 23.04.2015.
3. Соловьев А. В. Профессионализация социальной работы в России : проблемы и перспективы / А. В. Соловьев // Федеральный образовательный портал. — Режим доступа : (<http://ecsocman.hse.ru/data/810/685/1219/040Solovev.pdf>). — Дата обращения : 23.04.2015.

PROBLEMS OF FORMATION OF POSITIVE IMAGE OF SOCIAL WORK PROFESSION

[I. S. Erfilova, A. A. Sivtsova](#)

SBEI HPE «Novosibirsk State Medical University of Ministry of Health» (Novosibirsk)

Issues concerning formation of image of profession «social work» are considered in the article. The analysis of the sociological research directed on studying the image of professional social work among the population of Novosibirsk is submitted.

Keywords: image, personnel of social sphere, image of profession, professionalism, social work.

About authors:

Sivtsova Anna Aleksandrovna — student of the 1st course of faculty of social work and clinical psychology at SBEI HPE «Novosibirsk State Medical University of Ministry of Health», e-mail: sivtsova.1996@mail.ru

Erfilova Inna Sergeyevna — senior teacher of chair of theory and technology on social work at SBEI HPE «Novosibirsk State Medical University of Ministry of Health», office phone: 8 (383) 227-31-01

List of the Literature:

1. Alexandrov A. A. Role of mass media and PR in social work [electron resource] / A. A. Alexandrov // Bulletin of Baltic federal university n. a. Kant. — Access mode : <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-sredstv-massovoy-informatsii-i-pr-v-sotsialnoy-rabote>. — Access date : 23.04.2015.
2. Ivanov A. V. Problems of prestige of profession social work [electron resource] / A. V. Ivanov // Social network of educators. — Access mode : <http://nsportal.ru/blog/obshcheobrazovatel'naya-tematika/all/2012/03/22/problemy-prestizha-professii-sotsialnoy-raboty>. — Access date : 23.04.2015.
3. Solovyov A. V. Professionalizing of social work in Russia : problems and prospects [electron resource] / A. V. Solovyov // Federal educational portal. — Access mode: (<http://ecsocman.hse.ru/data/810/685/1219/040Solovev.pdf>). — Access date : 23.04.2015.