

Министерство образования и науки Российской Федерации
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Российское общество социологов

Профессиональный имидж и престиж социальной работы

Монография

Екатеринбург
УрФУ
2011

ББК 65.272

П84

Рецензент: проф., д-р социол. наук А. В. Старшинова (Уральский государственный университет им. А.М. Горького, кафедра социальной работы).

Издание подготовлено при поддержке Российского государственного научного фонда. Грант № 08-03-00028А.

П84 Профессиональный имидж и престиж социальной работы: монография /М. В. Певная, Ю. Р. Вишнеvский, Я. В. Дидковская, Н. Б. Качайнова; под ред. д-ра филос. наук, проф. Ю. Р. Вишнеvского. Екатеринбург : УрФУ, 2011. 184 с.

ISBN 978-5-321-019-07-8

В монографии отражены результаты целого комплекса социологических исследований социальной работы в Свердловской области; представлен сравнительный анализ проблем институционализации социальной работы в разных странах, оказывающих существенное влияние на формирование ее имиджа; рассматриваются аспекты практического внедрения рекомендаций по совершенствованию деятельности органов социальной защиты населения отдельного региона, по организации информационной работы в современных условиях с целью формирования имиджа социальной работы и повышения в обществе ее престижа.

Монография будет полезна специалистам органов социальной защиты населения, практикам в сфере социальной работы, а также студентам и преподавателям гуманитарных вузов и специальностей, аспирантам, научным работникам – всем, кто интересуется проблемами развития социальной работы, становления социологии профессий.

ISBN 978-5-321-019-07-8

Библиогр.: 111 назв. Табл. 27. Рис. 8.

УДК 364-43:316.66

ББК 65.272

© УрФУ, 2011

© Коллектив авторов, 2011

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	4
Введение.....	9
1. Теоретико-методологические основы исследования имиджа и престижа профессии.....	16
2. Имидж социальной работы за рубежом: исследовательские подходы, ключевые проблемы.....	63
3. Профессиональная социальная работа в российских реалиях.....	74
3.1. Социальная работа как профессия.....	74
3.2. Социальная защита населения Свердловской области как практическая сфера деятельности.....	81
3.3. Характеристики профессиональной группы специалистов по социальной работе в Свердловской области.....	101
4. Динамика имиджа социальной работы в оценках населения Свердловской области.....	109
5. Механизмы формирования позитивного имиджа социальной работы.....	133
5.1. Специфика коммуникации населения, органов социальной защиты населения Свердловской области и СМИ.....	133
5.2. Практика создания позитивного имиджа социальной работы в Свердловской области.....	148
6. Активизация населения Свердловской области как субъекта формирования имиджа социальной работы.....	159
Заключение.....	174
Библиографический список.....	177

ПРЕДИСЛОВИЕ

Представленная читателю книга появилась в результате научно-исследовательского проекта «Стратегия повышения уровня престижности профессий социальной сферы в условиях трансформирующейся профессионально-стратификационной структуры российского общества», реализованного при поддержке Российского гуманитарного научного фонда в 2008–2010 гг. В центре внимания авторов – результаты целого комплекса социологических исследований имиджа социальной работы в Свердловской области. Широко масштабный проект первоначально был нацелен на диагностику имиджа профессии *социальная работа* и коррекцию на данной основе системы информационного сопровождения деятельности регионального Министерства социальной защиты населения с целью повышения престижа профессии и органов социальной защиты. В результате исследовательский материал лег в основу разработки стратегического направления модернизации информационной политики органов социальной защиты населения нашего региона и повлек за собой не только смену *идеологии* информационной работы в сфере социальной работы, но и способствовал практике реальной модернизации в контексте социального реформирования органов государственной исполнительной власти, интеграции науки, образования и реальной практической сферы деятельности.

Эмпирическую базу проекта составила серия социологических исследований: анкетный опрос студентов вузов г. Екатеринбурга, получающих образование по специальности *социальная работа* (стратифицированная выборка, N–336, 2007 г.), анкетный опрос (квотная выборка, N–2163, 2007 г.) работников социальных учреждений Свердловской области, анкетный опрос жителей г. Екатеринбурга об имидже профессии *социальная работа* (стратифицированная выборка, N–400, 2008 г.), экспертный опрос представителей ведущих СМИ региона по проблеме эффективного взаимодействия СМИ и учреждений социального обслуживания населения

(целеориентированная выборка, N=30, 2008 г.), групповые интервью руководителей территориальных управлений социальной защиты населения (2009 г.), анкетный опрос жителей Свердловской области (стратифицированная выборка, N=700, 2010 г.), проведенные научными работниками кафедры социологии УрФУ совместно с сотрудниками Министерства социальной защиты населения Свердловской области.

В рамках общей модели исследования имиджа *социальной работы* рассматривались четыре основные социальные группы, включенные на региональном уровне в процесс социальной коммуникации: реальные и потенциальные клиенты учреждений социального обслуживания (население г. Екатеринбурга); члены профессионального сообщества – специалисты территориальных управлений соцзащиты и социальных служб; студенты, получающие профессиональное образование в сфере социальной работы; представители ведущих средств массовой информации как основные коммуникаторы. В работе представлены и обобщены результаты следующих эмпирических исследований.

1. Социологический опрос жителей г. Екатеринбурга «Горожане об имидже профессии *социальная работа*». Исследование проводилось для выявления ключевых представлений и клише в массовом сознании о профессии социальная работа. В процессе исследования были решены следующие задачи: охарактеризован «идеальный» и «реальный» имидж специалиста по социальной работе; определен уровень информированности населения г. Екатеринбурга о деятельности учреждений, входящих в систему органов социальной защиты населения, подведомственных Министерству социальной защиты населения Свердловской области; дана характеристика «потенциального клиента» социальных служб; выявлена степень удовлетворенности населения Свердловской области взаимодействием со специалистами по социальной работе. Выборочная совокупность – 400 человек. Выборка составлена пропорционально признакам обращения в социальные учреждения, полу и возрасту респондентов. Методом анкетирования опрошены три возрастные группы населения: подростки и моло-

дежь до 25 лет, люди среднего возраста старше 25 лет и группа пенсионеров. Исследование проводилось в 2008 и 2010 гг. по единой методологии. В 2010 г. при формировании модели выборки использовались две ступени. Первая ступень – опрос жителей г. Екатеринбурга, выборка формировалась в соответствии с методологией исследования 2008 г. Вторая ступень предполагала расширение выборочной совокупности до 700 человек за счет отбора, наряду с жителями областной столицы, также и респондентов из крупных, мелких городов и сельской местности Свердловской области. В целях реализации второй модели выборки, репрезентативной для населения области, на основании данных Росстата проводился квотный отбор респондентов, пропорционально доле населения, проживающему в населенных пунктах разного типа. Опрос проводился с целью оценки динамики изменения имиджа социальной работы в Свердловской области. В процессе исследования были решены уже поставленные ранее задачи. Кроме того, исходя из полученных результатов их ряд дополнен следующими: изучено отношение населения Свердловской области к волонтерской деятельности и благотворительности, замерен уровень готовности населения к включению в практики взаимопомощи нуждающимся, проведена оценка восприимчивости гражданами социальных проблем окружающих людей.

2. Экспертный опрос представителей ведущих средств массовой информации «Практика информационного взаимодействия средств массовой информации и социальных учреждений». Опрос проводился с целью оценить реальные представления о социальной работе как профессии среди представителей ведущих средств массовой информации как основных ретрансляторов стереотипных установок. В результате исследования определена степень заинтересованности в информации по социальной проблематике со стороны СМИ, выделены основные проблемы их текущей коммуникации с социальными учреждениями. В качестве экспертов выступили специалисты пяти основных типов современных СМИ: информационно-новостных порталов регионального уровня; информационных агентств; регулярных массовых печатных изданий; телевизионных каналов; радиоканалов. В работе была применена целеориентированная выборка, в качестве

экспертов отбирались люди, имеющие в Свердловской области высокий уровень позитивного публичности в информационной среде и занимающие высокие официальные должности в среде топ-менеджмента СМИ. Банк информации представлен 30 интервью.

3. Групповые интервью руководителей территориальных управлений социальной защиты населения Свердловской области на тему «Практика информационного взаимодействия территориальных управлений социальной защиты населения Свердловской области и средств массовой информации». В процессе исследования респондентам предлагалось обсудить в свободной форме ряд ключевых тем с целью следующего: определения с позиции руководителей предпочтительных форм работы со средствами массовой информации на местах; обозначения круга вопросов и проблем, которые в реальной практике становятся и могут быть информационными поводами для освещения деятельности учреждений социального обслуживания; выявления спектра проблемных ситуаций, связанных со СМИ и оказавших негативное влияние не только на текущую деятельность, но и в целом на имидж профессии *социальная работа*. Данные исследования также проиллюстрировали и позитивный опыт сотрудничества некоторых территорий области с масс-медиа, помогли выявить основные ожидания от взаимодействия субъектов социальной работы со средствами массовой информации в процессе решения целого ряда социально значимых задач. Объект исследования – руководители территориальных управлений соцзащиты областных городов или районов.

Главы научного издания подготовлены научным коллективом ученых-единомышленников: доктором философ. наук, профессором Ю. Р. Вишневым; доцентом, канд. социол. наук М. В. Певной; доцентом, канд. социол. наук Я. В. Дидковской (раздел 5.1); доцентом, канд. философ. наук Н. Б. Качайновой (гл. 4). Работа не могла быть успешно завершена без активного участия и содействия сотрудников Министерства социальной защиты населения. Особо хотелось поблагодарить за помощь в реализации проекта, поддержку инициатив научного сообщества и практическое внедрение результатов исследователь-

ской работы начальника Управления координацией и стратегического развития Министерства соцзащиты Свердловской области Е. Э. Лайковскую, пресс-секретаря П. Ю. Пермякову; за предоставление аналитической информации – начальника отдела социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов И. В. Илларионова.

Надеемся, что данная книга послужит не только основой для продолжения исследований в этом направлении, но и будет использована специалистами сферы социальной работы других регионов России.

ВВЕДЕНИЕ

«Я призываю правительства, неправительственные организации, международные институты признать значительный вклад социальных работников в стабильность в обществе, уважать ценности и принципы, на которых строится социальная работа».

Д. Джонс, Президент Международной федерации социальных работников

Перспективная тенденция в развитии современного общества – все более усиливающееся внимание к *социальной сфере, к нуждам и потребностям человека*. Глобальная социализация характерна и для российского социума. Важнейшая конституционная характеристика Российской Федерации – *социальное государство*. При всей дискуссионности проблемы можно ли уже сегодня говорить о *социальности* нашего государства как свершившемся факте? По нашему мнению, важен избранный ориентир развития и те усилия, которые в этом направлении предпринимаются. Примечательно определение социального государства немецкими исследователями: «Социальное государство обозначает обязанность государства заботиться о благосостоянии своих граждан. Это обязательство осуществляется путем компетентного вмешательства государства в социально-экономические процессы, когда это необходимо для поддержания должного уровня благосостояния»¹.

С момента признания в РФ социальной работы *особым видом профессиональной деятельности* и введения новой профессии – социальный работник, специалист по социальной работе, социальный педагог – прошло два десятилетия. Но институционализация данной профессии пусть и медленно, противоречиво, но идет: работают органы и учреждения социальной защиты, разнообразные социальные службы, ведется подготовка профессиональных кадров и повышение их квалификации. При этом исследователи считают, что одним из важных особенностей становления социальной работы в российских условиях является то, что оно происходит не с нуля, а как аккумуляция (точнее – адаптация) и зару-

¹ Wörterbuch Soziale Arbeit. Weinheim und Basel. 1988. P. 132.

бежного опыта, и опыта социальной защиты и благотворительности в дореволюционной России, а также советского опыта реализации социальной политики.

Социальная работа может быть охарактеризована как специфическая деятельность общества, осуществляемая в интересах удовлетворения человеческих потребностей¹. По мере становления российской модели социальной работы в её трактовке все более акцентируется не только социальная помощь и поддержка («собесовский» аспект), но и создание условий для нормального социального функционирования (особенно это проявляется в ориентации на реабилитацию инвалидов) и даже поддержка самостоятельных усилий клиентов в разрешении *трудных жизненных ситуаций* и социальных проблем. *Социальная работа* – это профессиональная деятельность оказания помощи индивидам, группам или общинам, направленная на усиление или возрастание их способности к социальному функционированию и создание благоприятных общественных условий для достижения этих целей. Социальная работа это один из формально признанных инструментов по реализации социальной политики.

Социальная политика в широком смысле слова – это вся совокупность воздействий государства и сотрудничающих с ним организаций гражданского общества на различные сферы социальной жизни. «Социальная политика – деятельность и принцип общества, формирующие способ, при котором оно вмешивается и регулирует отношения между индивидами, группами, общинами, социальными учреждениями. Эти действия и принципы являются результатом обычаев и ценностей общества и в большой степени определяют распределение ресурсов и уровень благосостояния его людей. Социальная политика включает планы и программы в сфере образования, здравоохранения, экономической защиты, социального обеспечения, составляемые правительством, добровольными организациями»².

Российская модель социальной работы утверждается в условиях сохраняющихся противоречий социальной политики в РФ, отмечаемых исследователя-

¹ Филатова Е. В. Теория социальной работы. Кемерово, 2007. С. 4.

² Ярская В. Н., Яковлев Л. С. и др. Социология молодежи в контексте социальной работы. Саратов, 2004. С. 19.

ми-социологами. Это противоречия между: декларируемыми целями и объемом финансирования; потребностями реальной практики социальной политики в нормативном упорядочении и реально установленными нормами и нормативами; потребностями переходного периода в эффективной социальной политике и реально существующими механизмами ее реализации; ориентацией на максимальную занятость всех трудоспособных членов общества и реальными проблемами трудоустройства, профессионального самоопределения различных групп населения (особенно подростков и молодежи, женщин, инвалидов и др.); гарантиями права каждого на достойный образ жизни, на образование, здравоохранение и их доступность для всего населения и реальным постоянно растущим социальным расслоением общества, значительная часть которого ощущает себя социально незащищенной; социальной политикой на разных уровнях – федеральном, региональном и местном¹.

Социальный работник в русле современного понимания является связующим звеном между государством и человеком. Такое понимание «должно носить не просто декларативный характер, а иметь под собой правовую базу экономического и имиджевого статуса представителя данной профессии». В то же время «сегодня социальный работник скорее находится в положении *слуги двух господ*, его правовой статус недостаточно закреплен, а сам социальный работник практически никак не защищен законодательно»². С другой стороны, статус профессии недостаточно определен и в общественном сознании, на обыденном и профессиональном уровнях.

Для правильной оценки престижа и имиджа социальной работы важен зафиксированный Е. В. Филатовой момент: даже многие люди «из соседствующих профессиональных групп (юриспруденция, медицина, образование) часто не могут верно оценить глубину и тонкость социальной работы»³.

¹ Осадчая Г. И. Социальное государство в России: противоречия и перспективы формирования // Тезисы докладов и выступлений на II Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы». Т. 3. М., 2003. С. 185-186.

² Кожамкулова Л. Т., Судакова Г. Г. Статус профессии «социальный работник» в Казахстане: желаемое и действительное [электронный ресурс] Режим доступа http://www.atso.kz/modules/editor/editor/wysiwygpro/site_files.

³ Филатова Е. В. Теория социальной работы. Кемерово, 2007. С. 5.

Социальных работников и их профессиональную деятельность очень часто оценивают, руководствуясь сформированными в обществе стереотипами. И это проблема сегодня носит кросс-культурный характер и беспокоит не только российских ученых и практиков. В частных случаях профессионалов социальной работы как в России, так и в других странах часто обвиняют в том, что они проявляют излишнее рвение (например, без оснований изъяли ребенка из семьи) либо что они недорабатывают (например, не позаботились об одиноком пожилым человеке или не предотвратили насилие над ребенком в семье).

Соответственно возникает необходимость выявить – как реально в современных условиях развиваются социальные службы, как происходит институционализация профессии *социальная работа*, как изменяется имидж этой профессии в обществе? На реализацию этих задач и был направлен научно-исследовательский проект, осуществлявшийся в Свердловской области с 2008 г.

Логика и структура монографии обобщает не только результаты теоретических и эмпирических исследований, но и опыт реализации практических мероприятий по совершенствованию деятельности органов социальной защиты населения Свердловской области, успешной организации профессиональной переподготовки кадров, работающих в сфере социальной работы.

Первая глава включает теоретико-методологический анализ проблематики, который охватывает исследование основных направлений изучения престижа и имиджа профессий как научных категорий. В работе рассматриваются различные подходы к определению профессии, описывается специфика зарубежной методологии замера уровня престижности различных видов деятельности с позиции оценки статусных характеристик профессиональных групп и их основных ресурсов, раскрывается особенность российской социологической традиции оценки профессионального престижа с позиции привлекательности профессии. Немаловажным аспектом анализа является поиск взаимосвязи категорий престижа и имиджа, который осуществлен в работе благодаря междисциплинарному подходу к определению имиджа профессии; построению структуры образа профессии, выделению условий, факторов и процессов, обеспечивающих

его формирование на индивидуально-личностном и институциональном уровнях. Особенность социологического подхода позволяет рассмотреть имидж профессии в контексте профессионализации различных видов деятельности и выйти на методологию оценки имиджа *социальной работы*, обозначить основные механизмы его формирования и коррекции.

Вторая глава обобщает зарубежные исследовательские подходы и ключевые проблемы формирования имиджа *социальной работы*. С одной стороны, это демонстрирует актуальность и востребованность эмпирических исследований для социальной работы как практической сферы деятельности разных стран в различные временные периоды в зависимости от истории и характера институционализации этой профессии (от опыта Канады с более чем столетней историей существования профессии до бывших стран социалистического лагеря, где социальная работа считается одной из самых молодых профессий). С другой стороны, материал может рассматриваться как результаты кросс-культурных исследований, отражающие сходства и различия в процессе профессионализации социальной работы, позволяющие не только прогнозировать проблемы, с которыми могут столкнуться российские специалисты, но и эффективно их решать, используя зарубежный опыт.

В третьем разделе описывается специфика профессии *социальная работа*, проводится анализ процесса её институционализации в Уральском регионе. В российских условиях при стойком сохранении в массовом сознании стереотипов государственного патернализма, ожидании населения защиты своих интересов со стороны государственных органов власти и низком уровне социальной и гражданской активности *социальная работа* в большей мере развивается в рамках деятельности органов социальной защиты населения. В главе описываются основные тенденции и направления реформирования системы социальной защиты и социальных служб на территории Свердловской области, дается объективная характеристика ее современной структуры. Благодаря контент-анализу личных данных сотрудников в работе представлена характеристика профессиональной группы специалистов по социальной работе в Свердловской области,

что позволило проанализировать направления кадровой политики в сфере социальной защиты за последние 10 лет, выявить проблемные вопросы и наметить основные пути их решения.

Четвертая глава аккумулирует результаты эмпирических социологических исследований имиджа *социальной работы*. В ней дается оценка динамики имиджа этого профессионального вида деятельности в представлениях жителей Свердловской области и региональных средствах массовой информации. Эмпирический материал обеспечивает условия для замера имиджа профессионального вида деятельности, профессиональной группы и органов социальной защиты на разных уровнях: когнитивном, оценочном и поведенческом. Результаты опросов позволили построить профиль не только реального имиджа профессии с позиции разных социальных групп, но и обозначить характеристики ее идеального имиджа. Опираясь на полученные данные, в работе намечены основные пути повышения престижности социальной работы посредством целенаправленного формирования ее имиджа, совершенствования самой деятельности, повышения уровня профессионализма членов профессионального сообщества при условии ресурсной поддержки этих процессов со стороны государства.

В пятой главе описаны отработанные в экспериментальном режиме механизмы создания позитивного имиджа социальной работы в Свердловской области. В данном разделе дана оценка специфики коммуникации *потенциальных* и *реальных* клиентов социальных служб с органами социальной защиты населения; проанализированы текущие практики взаимодействия территориальных управлений социальной защиты и региональных масс-медиа, что позволило определить оптимальные условия для совершенствования и повышения результативности текущей коммуникации между населением области, органами соцзащиты и средствами массовой информации, выработать практические рекомендации по работе с имиджем профессии *социальная работа*.

Заключительная глава монографии включает анализ благотворительности и волонтерства как основы стратегии повышения престижности социальной работы в обществе. Один из ключевых выводов проведенных исследований свя-

зан с идеей о том, что без активизации роли населения Свердловской области как субъекта социальной работы развить практики *социальной работы* и поднять уровень ее престижа в обществе не представляется возможным. В работе приводятся данные не только авторских опросов, но и анализируются результаты федеральных исследований по данному вопросу, которые подтверждают, что сегодня ресурс гражданской активности российского населения, выраженный в готовности помогать нуждающимся при условии, что инициировать и поддерживать эти процессы будет государство, в полной мере не востребован и не активизирован.

Безусловно, комплексное исследование имиджа социальной работы, представленное в этой книге, не является конечным результатом научной деятельности исследовательского коллектива. Это далеко не *исследование ради исследования*. За рамками монографии остались многие практические шаги, последовавшие в реальной практической сфере и способствовавшие не только профессионализации социальной работы в Свердловской области, но и организации диалога науки, образования и власти с целью повышения качества жизни населения региона.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИМИДЖА И ПРЕСТИЖА ПРОФЕССИИ

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.

П. Бергер и Т. Луман писали: «Главный для социологической теории вопрос может быть поставлен следующим образом: как субъективные значения становятся объективной фактичностью?»¹. В контексте нашей темы следует рассмотреть, как конструируется субъективная реальность, как образ профессии или ее имидж, формируемый в массовом сознании и базирующийся на мнениях отдельных людей и целых социальных групп о значимости разных видов профессиональной деятельности, конструирует престиж отдельных профессий с учетом объективных социально-экономических оснований. Как в процессе объективации субъективных процессов (и смыслов) конструируется интерсубъективный повседневный мир отдельных профессиональных групп.

Престижность профессий как теоретический конструкт во многом связана с уровнем необходимого образования и доходом, который получают профессионалы благодаря уровню доверия к своей деятельности. В период информационного общества мы сталкиваемся с несколько противоречивой картиной: на первых позициях в рейтинге престижности, как в европейских странах и США, в России остаются доходные профессии адвоката, юриста, врача, экономиста, банкира. В то же время сегодня оказывается, что заниматься очень уважаемой в обществе деятельностью с очень высоким уровнем доверия – учить детей в шко-

¹ П. Бергер и Т. Луман. Конструирование социальной реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995. С. 19.

ле – значит иметь совершенно не престижную с общественной точки зрения профессию¹.

Примечательно мнение Ю. Верлиной (ВЦИОМ), что характеристикой современного рынка труда является совпадение представлений россиян о доходных и престижных профессиях: «Самые доходные и есть самые престижные, при этом они необязательно должны быть уважаемыми». Уважаемыми, наоборот, являются самые неприбыльные виды деятельности, а это, как правило, традиционные профессии – врачи, учителя, преподаватели. «В советское время было наоборот. Престиж определялся не доходностью, а другими факторами. Теперь же бытует мнение, что если человек работает учителем, то он неудачник»². Кроме того, в современной России появляются сравнительно новые профессии, такие как социальный педагог, специалист по социальной работе, престиж которых вообще трудно пока оценить, потому что степень известности, популярности и привлекательности этих профессий недостаточно высока. Но неоспорим тот факт, что они не выдерживают конкуренции с высокодоходными профессиями. Несмотря на высокие конкурсы в вузы на данные специальности, молодые специалисты зачастую не планируют работать по выбранной профессии, а в социальных службах остается проблема недоукомплектованности кадрового состава. Решая объективные проблемы в этих сферах, повышая уровень оплаты, реализуя социальные программы, возможно ли будет в современных условиях решить быстро проблему уже сформировавшегося в представлениях образа профессии, профессиональной группы, профессионала? Какие социальные процессы будут следствием сложившейся ситуации, когда привлекательными для молодежи будут оставаться только высокодоходные профессии. Поэтому очень важным, на наш взгляд, является рассмотрение связей теоретического порядка между престижностью профессии, ее привлекательностью и конструируемым образом или имиджем.

¹ ВЦИОМ. Пресс-выпуск 1331. Рейтинг престижных и доходных профессий. [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/12540.html>.

² ВЦИОМ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wciom.ru/issledovanijabiznes/zakaznye-issledovaniya/issledovaniya-chelovecheskikh-resursov/publikacii-v-smi/expert-12102007.html>.

Достаточно плодотворен лингво-семантический анализ понятия *престиж*. Первоначально термин «престиж» происходил от латинского слова *praestigium*, означавшего иллюзию или очарование. Во французском языке *prestige* имеет также прямой перевод – обаяние, очарование¹, в дальнейшем (в немецком языке) уже трактуется как авторитет, влияние и уважение². В толковом словаре Ю. П. Ожегова дается следующее определение: «престиж – влияние, уважение, которым пользуется кто-нибудь или что-нибудь». Примечателен и синонимический ряд слова «престиж»: авторитет, авторитетность, вес, влияние, влиятельность, достоинство, значимость, престижность, привлекательность, реноме, репутация, слава, уважение³.

В социологическом контексте данное понятие, как правило, рассматривается как сравнительная оценка обществом или группой и ее членами социальной значимости различных объектов, явлений – их позиции и положения в обществе, свойств и характеристик, символов и знаков этих свойств⁴. Таким образом, престиж становится практическим эквивалентом репутации и интерпретируется как уважение статуса, сложившегося в обществе.⁵

Девид и Джулия Джери под престижем понимают (*esteem*) – отрицательную или положительную оценку индивидуальных качеств или эффективности. С их позиции данный термин очень часто используется как синоним статуса, хотя относится только к индивидуальным качествам и эффективности, в то время как «статус» обычно касается систем социальной стратификации или класса.⁶

На текущий момент понятие *престиж* стало общенаучной категорией, которая рассматривается, с одной стороны, как способ вознаграждения (поощрения) в виде общественного признания, авторитета, внимания, которыми пользуется объект в обществе (индивид, группа, социальный институт), с другой, как

¹ Большой словарь иностранных слов. М., 2003. С. 629.

² Новый энциклопедический словарь. М., 2007. С. 964.

³ Оксфордский толковый словарь по психологии / Под ред. А. Ребера. 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/487/>.

⁴ Голованов О. Краткий словарь по социологии. М., 2001. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/698/>.

⁵ Добренков В. И., Кравченко А. И. Социология: В 3 т. Т. 2: Социальная структура и стратификация. М., 2000.

⁶ Девид Д., Джерри Д. Большой толковый социологический словарь. / пер. с англ. В 2-х т. М., 2001. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/567/>.

интегральная оценка, которая является результатом соотнесения социально значимых характеристик субъекта со шкалой ценностей, сложившихся в данном обществе¹. Престиж – это социокультурный феномен, который субъективен по своей природе, так как отражается в общественном сознании, но при этом имеет объективные основания, находящие свое отражение в социальной структуре общества.

Проблемно-предметное поле престижа (социального престижа, профессионального престижа) можно представить следующим образом:

- отражение в общественном сознании реального положения в системе общественных отношений индивида, социально-профессиональной группы, трудового коллектива и т. п., характеризующее то влияние, которым они пользуются в обществе;
- мера признания обществом заслуг индивида: результат соотнесения социально значимых характеристик субъекта со шкалой ценностей, сложившейся в данной общности;
- значимость, авторитет, уважение, влияние, которыми наделяются в обществе различные виды деятельности;
- общественная оценка положения (статусной позиции в обществе) отдельного человека или социальной (профессиональной) группы в социальной системе;
- субъективная оценка *социального почета* или *репутации*, связанная с родом занятий.

Для того чтобы определиться со значением престижа тех или иных профессий, необходимо ответить на вопрос: что же сегодня в современном контексте понимается под *профессией*? Как правило, в теории профессия рассматривается как устойчивый и относительно широкий род трудовой деятельности, являющийся источником дохода, предусматривающий определенную совокупность теоретических знаний, практического опыта и трудовых навыков и опре-

¹ Зотова И. В. Социально-психологические условия и факторы обеспечения престижа организации. Автореф. дисс. на соиск. уч. степени канд. псих. наук. М., 2005. С. 6.

деляемый разделением труда, а также его функциональным содержанием; либо большая группа людей, объединенная общим родом занятий, трудовой деятельностью. Совокупность профессий и их взаимосвязь составляет профессиональную структуру общества¹.

Термин *профессия* происходит от латинского *profession* и означает род трудовой деятельности, занятий, требующий специальных теоретических знаний и практических навыков, специальность.² Существует множество определений профессии. Столь же разнообразен и *синонимический ряд* данного понятия: *occupation* – занятие, род занятий, профессия; *profession* – заявление (о своих чувствах); *professional* – профессионал, специалист; *trade* – занятие, ремесло, профессия; *vocation* – призвание, склонность, профессия; *работа* – *work, labour, task, job, work* – работа, труд, дело, действие, занятие; *labour* – труд, работа, усилие; *laborious* – трудный, тяжелый, утомительный; трудолюбивый, старательный; *labourer* – рабочий низкой квалификации; *job* – работа, труд, дело, задание, урок, место, служба; *task* – урочная работа, задача.

Представляется важной позиция Р. Абрамова, который, исследуя институционализацию профессии менеджера, отмечает роль профессии как «ключевого стратифицирующего фактора», как основы статусной идентификации в современном обществе.³ В плане проблематики профессионального выбора особенно значима социологическая трактовка профессии как достигаемой статусной позиции. При этом профессиональное образование выступает и инструментом такого достижения, и содержательной характеристикой осваиваемых знаний, умений, навыков, технологий, и нормативно-правовой легитимацией права на тот или иной вид профессиональной деятельности.

В концепции Т. Парсонса обосновано понятие *компетентность*. Это целостность профессии и образования, что требуется для той или иной профессиональной деятельности. Компетентности можно достичь только на основе формального образования, благодаря чему происходит сертификация качества про-

¹ Социологическая энциклопедия / Сост. А. А. Грицанов и [др.]. М., 2003. С. 815.

² Современный толковый словарь русского языка. Мн., 2002. С. 337.

³ Абрамов Р. Характер изменений науки и практики менеджмента в России (1960–90-е гг.).

фессиональной подготовки и обеспечивается уровень этой профессиональной компетентности. Социологический (гуманистический) характер подхода Т. Парсонса к профессии особенно проявлялся в акценте на те институциональные механизмы, которые как бы дают гарантию использования полученной компетентности только социально значимыми способами. Представляется, что сегодня, когда компетентностный подход становится ведущим в российском высшем профессиональном образовании, идея Т. Парсонса должна получить дальнейшее развитие. Близка к ней и позиция Р. Барбера, обосновавшего – как неотъемлемый компонент профессиональной социализации – интернализацию профессионального этического кода.

Развитие в рамках структурно-функционального анализа теории субкультуры отразилось и на социологии профессий. Была обоснована идея *профессиональной субкультуры*, охватывающая специфические для данной профессии знания, умения, навыки, нормы и ценности. Отражением ролевых теорий личности явились и представления о *профессиональной роли* как о сложном противоречивом процессе, охватывающем и ожидание роли, и понимание роли, и приемлемость роли, и освоение роли, и исполнение роли.

Если в зарубежной традиции определение профессии (*profession*) начинается с того, что это занятие (*occupation*) представителей среднего класса, характеризующее высоким уровнем технической и интеллектуальной компетентности, то в русском языке термин *профессия* используется в более широком контексте. Например, в названиях официальных реестров видов занятий звучит словосочетание *профессии рабочих*, а к служащим относится понятие *должности*¹. Объективно это связано с существованием ряда документов, таких как: Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих (ЕТКС), Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих; Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОКПДТР).

¹ Романов П. В., Ярская-Смирнова Е. Р. Мир профессий: пересмотр аналитических перспектив // Социс. 2009. № 8. С. 29.

Сегодня в мировой исследовательской практике во многом благодаря чикагской социологической школе, развитию феноменологической традиции в России под профессией начинают пониматься не только традиционные, но и нетрадиционные виды деятельности, которые приносят доход и выстраивают свое социокультурное пространство в повседневных практиках. В работе сектора социологии профессий и профессиональных групп Института социологии РАН профессия рассматривается как значимая социальная роль индивида, которая определяется общим разделением труда в обществе и которая обуславливает стиль жизни человека, престиж и его статусное положение¹.

В советской науке существовало несколько подходов к пониманию термина *профессия* как научной категории. В частности, исследователи выделяли:

- *праксиологический подход*, в котором основной акцент делается на совокупности знаний и трудовых навыках, принадлежащих конкретному человеку;
- *деятельностный подход*, в котором профессия рассматривалась как основной конкретный род или вид труда, основное занятие;
- *социологический подход*, в котором основной акцент делается на носителях профессии как совокупности лиц, общности людей, занятых определенным видом труда.

Наиболее типичным для советской социологии XX в. было определение профессии как рода деятельности, требующего специальных знаний и подготовки в достаточно широкой области материального или духовного производства и накладывающий на представителей этого рода деятельности ответственность за эффективность использования обязанностей в системе общественного разделения труда².

В конце XX в. профессия определялась³ как особого рода деятельность индивида (имеющая рыночную стоимость), которой этот индивидуум занимается

¹ Мансуров В. А., Юрченко О. В. Профессиональный выбор молодежи: исторический ракурс // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры и образования: мат. Межд. конф. В 3 т. / Под общ. ред. Ю. Р. Вишневецкого. Екатеринбург: УГТУ-УПИ. 2010. С. 180-184.

² Александрова Т. Л. Методологические проблемы социологии профессий // Социс. 2000. № 8. С. 13.

³ Радаев В. В., Шкаратан О. И. Социальная стратификация. М., 1995. С. 217.

постоянно с целью получения устойчивого дохода. Российские исследователи выделяют в профессии ряд следующих признаков¹:

- профессиональные навыки базируются на стройной системе знаний (необходимо специальное образование);
- обладание этими знаниями создает профессионалам авторитет в глазах клиентов, которые подобными знаниями не владеют (соответствующее отношение со стороны клиентов);
- общество наделяет профессию определенными привилегиями, включающую подсудность только представителям этой профессии;
- поведение квалифицированных специалистов регистрируется кодексом профессиональной этики (характеристика специалиста, даваемая клиентом);
- профессия обладает собственной культурой, в рамках которой специалисты наделяются определенным статусом;
- ключевые аспекты профессии отличают их от подавляющего большинства других видов деятельности, являются обладанием властными полномочиями, в частности властью, регулирующей доступ к профессии и представление своим новым членам специальной подготовки, в ходе которой специалисты приобретают весь багаж знаний, который и обеспечивает эффективность их практики (ответственность, автономия).

Г. Б. Кораблева разработала *институциональный подход* к пониманию профессии как научной категории, который позволяет рассмотреть это понятие как единство вида специализированной деятельности, социальной общности и института. Она акцентирует внимание на социальной сущности профессии, которая проявляется в ее способности обеспечивать единство общества и личности, фиксируя его в конкретной позиции индивида или группы в сфере общественного разделения труда для обеспечения воспроизводства общества и индивида². По её мнению, «сущность профессии заключается в способности обеспечивать единство общества и личности, зафиксированное в конкретной позиции индиви-

¹ Климов Е.А. Развивающийся человек в мире профессий. Обнинск, 1993.

² Кораблева Г.Б. Профессия и образование: социологический аспект взаимосвязи. Екатеринбург, 1999.

да или группы в системе общественного разделения и кооперации труда, и служить их воспроизводству. Отсюда профессия проявляет себя в реальной действительности как вид деятельности, социальная общность и институт общества». «Профессия есть вид специализированной деятельности, требующий определенного уровня теоретической и практической подготовки работников, являющийся в силу схожести основных функций основанием для объединения людей в профессиональную общность»¹.

В. С. Цукерман, используя *социокультурный подход*, определил профессию как категорию, обозначающую часть социального пространства. Он концентрирует внимание не на механизме и не на самой деятельности, а на рамках социального пространства, в которых эта деятельность осуществляется. В результате, следуя его логике, определенную нишу социального пространства, в которой осуществляется профессиональная деятельность, занимает определенная группа людей – профессиональная группа².

Итак, давая развернутую характеристику профессиональной группы, необходимо отметить следующие моменты:

- формирование происходит при идентичных социально-экономических условиях, характере и содержании труда;
- складывается на основе определенных знаний, навыков и умений, необходимых для осуществления профессиональной деятельности, и их реализации на практике;
- создает условия и возможности для самореализации личности в трудовой деятельности;
- продуцирует специфические отличные от других профессиональных групп ценности профессиональной культуры;
- формирует определенные нормы поведения;

¹ Кораблева Г. Б. Профессия и образование: социологический аспект взаимосвязи. Екатеринбург, 1999. С. 71.

² Цукерман В. С. Сущность и структура профессиональной культуры // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. Серия 3: Культурологические науки. Челябинск., 2003. № 3. С. 99.

- является полем и фактором формирования профессиональной идентификации и самоидентификации;
- выступает в качестве носителя особого типа профессионального мышления;
- является носителем специфической речевой практики (профессионального сленга);
- накладывает отпечаток на мировоззрение членов группы.

Основным идентификационным элементом любой профессиональной группы является *профессиональная культура*. В этом контексте наиболее показательным является определение, в котором профессиональная культура рассматривается как «мера, качество деятельности человека в определенной, строго ограниченной области его профессии, в том виде деятельности, где он чувствует себя вполне комфортно, уверенно, свободно и раскрепощенно».¹

Анализируя работы ряда российских ученых,² можно выделить три основных аспекта рассмотрения профессиональной культуры:

- *с точки зрения субъекта профессиональной деятельности и его личностной характеристики*. Возможна качественная оценка степени освоения личностью профессиональной культуры данной профессиональной группы. Например, встречается утверждение, что профессиональная культура является выражением уровня развития потребностей и способностей индивида, «представляет собой степень овладения трудящимися достижениями научно-технического и социального прогресса и является личностным аспектом культуры труда»³;

- *с точки зрения комплексной оценки содержательности профессионального вида деятельности;*

¹ Модель И. М. Профессиональная культура муниципального депутата: теоретико-социологический анализ. Екатеринбург, 1993. С. 26.

² Клочкова Т. Н. Профессиональное образование как вхождение в профессиональную культуру // Государственная политика в области образования: региональный аспект: мат. Всер. научно-практич. конф. Пенза, 2001. С. 153; Кабулова С. З. Развитие профессиональной и психологической культуры государственных служащих. М., 2000. С. 57; Игнатов В. Г. Профессиональная культура и профессионализм государственной службы : контекст истории и современность. Ростов н/Д., 2000. С. 64; Модель И. М. Профессиональная культура предпринимателя // Социс. 1997. № 2.

³ Соколова Г. Н. Культура труда в социальном развитии рабочего класса. Минск, 1984. С. 85.

• с точки зрения оценки результатов профессиональной деятельности, их качества и соответствия общественным потребностям.

Профессиональная культура является объективным качественным индикатором формирования и субъекта деятельности, и среды его обитания; по характеру профессиональной культуры можно в целом судить и о самом обществе, и о его многочисленных составляющих: сферах, элементах, частях¹.

Применительно к профессиональной культуре интересна идея Ф. Тенбрука о *репрезентативности культуры*: «культура представляет собой общественное явление постольку, поскольку она является репрезентативной культурой, т.е. вырабатывает идеи, значения и ценности, которые действуют в силу их фактического признания. Она охватывает убеждения, оценки, картины мира, идеи и идеологии, которые воздействуют на социальное поведение в той мере, в какой члены общества или их активно разделяют, или их пассивно признают»². Соответственно для профессиональной культуры крайне важна не только её содержательная сторона, но и признание её членами профессионального сообщества.

Профессиональные ценности являются значимым ядром профессиональной культуры, они образуют определенную систему представлений, общих для людей, объединенных в рамках одного профессионального сообщества. Именно система ценностей является основанием тех или иных *норм и стандартов поведения*, прописанных в профессиональных кодексах и реализующихся во взаимодействии между людьми в процессе их деятельности.

Кроме того, в научном дискурсе *профессиональная культура* рассматривается как *субкультура*, к которой относятся знаковые (символы, атрибуты, фольклор) и социально-поведенческие (формы общения, нормы, стереотипы поведения) аспекты культурных традиций – то есть социальные отношения и их культурные коды³. Субкультурный подход к профессиональной культуре особенно значим в современных российских условиях, когда рушатся складывавшиеся де-

¹ Игнатов В. Г. Профессиональная культура и профессионализм государственной службы: контекст истории и современность. 2000. С. 143.

² Tenbruck F. Repräsentative kultur // Sozialstruktur und Kultur. Frankfurt a/Main. 1990. S. 29.

³ Щепанская Т. Б. Антропология профессий // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. Т. VI. № 1 (21). С. 141.

сятилетиями традиции, верования, идеологии, жизненные стили и формы, трансформируются структуры престижа, старые общественно-культурные идентификации уступают место совершенно новым, происходит – по оценке Л. Г. Ионина¹ – «движение от моностилистической к полистилистической культуре».

Итак, выделяют несколько подходов к пониманию термина *профессия* (В работе акцентируется внимание на содержательных подходах, не останавливаясь на сравнении основных парадигм социологии профессии: структурно-функционалистской, критической и герменевтической) как научной категории: праксиологический, деятельностный, институциональный, социокультурный. Социологический подход основной акцент делает на носителях профессии как совокупности лиц, общности людей, занятых определенным видом труда.

В англо-американской социологии складывалась своя традиция исследования профессий. В *позитивистском направлении* социологи выделяли характеристики идеального типа профессии, которые возможно охарактеризовать следующим образом:

- практика основана на абстрактном знании, т.е. должна быть система профессиональной подготовки, особое специализированное образование;
- практика требует длительного периода подготовки, речь идет о специализации, об освоении профессиональной субкультуры, ценностей, норм профессионального поведения;
- профессиональная компетентность должна соотноситься с центральными ценностями общества;
- профессионалы должны быть ориентированы на служение обществу, важно подчеркнуть идеал служения обществу и клиенту – первостепенное значение имеет то, насколько общественность верит группе и воспринимает ее как ориентированную на служение;
- профессионал руководствуется в своих действиях этическим кодом, важна степень разработанности профессиональной этики;

¹ Ионин Л. Г. Культура на переломе (механизмы и направление современного культурного развития в России) // Социс. 1995. № 2. С. 41.

- профессиональное вовлечение в трудовую деятельность является долго-временным, этот фактор акцентирует внимание на чувствах, которые люди испытывают к своей профессии, здесь можно подчеркнуть осознание членами профессиональной группы своей миссии или призвания;

- профессионалам свойственна высокая степень автономии – профессиональные группы стремятся контролировать деятельность собственных членов, они поддерживают социальную закрытость группы посредством контроля доступа в профессию;

- профессиональное сообщество – значимый критерий формирования профессиональной идентичности¹.

В соответствии с взглядами немецкого классика социологии М. Вебера, выраженными в *неовеберовском подходе*, в основе понимания профессии основной акцент должен быть сфокусирован на членах профессионального сообщества или профессиональной группе, члены которой занимают определенный социальный статус в обществе, т.е. имеют определенный властный, экономический и культурный ресурс. Под экономическим ресурсом можно понимать оценку того, имеют ли члены профессиональной группы автономию в принятии решений, есть ли у них возможность оказывать влияние на результаты собственного труда, контролировать вход и выход в профессиональное сообщество, есть ли профессиональная организация. Экономический ресурс профессиональной группы раскрывается исходя из анализа уровня дохода ее членов. Культурный ресурс профессиональной группы определяется исходя из возможности использовать собственное экспертное знание в целях создания позитивного образа группы или возможности реализовать ценностные установки профессии, «этику ее служения»².

В истории социологии *понятие престижа профессии* стало выделяться в рамках *теорий социальной стратификации* в контексте статусной принадлежности индивидов к тем или иным социальным группам или стратам. А сам *соци-*

¹ Профессиональные группы интеллигенции / Отв. ред. В. А. Мансуров. М., 2003. С. 66.

² Лукша О. В. Профессиональные группы: модели измерения социального статуса. Автор. дисс. на соискание степени канд. соц. наук. М., 2001. С. 22.

альный статус определялся М. Вебером исходя из образа жизни индивида, формального образования, престижа происхождения и профессии. Уже интерес социологов к профессии и выбору профессии соотносим с трактовкой Вебером социологии как науки, «стремящейся, истолковывая, понять социальное действие и тем самым каузально объяснить его процесс и воздействие»¹. Еще более продуктивно анализировать профессию и профессиональный выбор в ракурсе веберовской характеристики *социального действия*. «Социальным действие становится только в том случае, если по предполагаемому действующим лицом или действующими лицами смыслу соотносится с действием *других* людей и ориентируется на него»². Соответственно выбор профессии связан с приданием той или иной профессии определенного смысла, признание их значимыми. Профессия становится ценностью. А многообразии профессий превращает выбор в своеобразное ранжирование. Профессиональный вид деятельности, ее престиж был связан с образом жизни человека и в комплексе с другими факторами соответственно задавал определенное место в стратификационной структуре общества³. Именно веберовская трактовка задает классическую модель, раскрывающую сущность престижа, где тесно связанными оказываются доход, уровень образования и власть. Как основное условие престижности социально-экономической группы задается *функциональная значимость профессии в обществе*. Однако в современной российской социологии престиж рассматривается как *приписываемое (аскриптивное) свойство*, обусловленное в том числе и достижениями индивидов, членов конкретной социоэкономической группы⁴. В этой связи повышается значение профессионализации профессиональной группы, повышение профессионализма, развитие системы внутреннего контроля.

Еще Э. Дюркгейм писал, что профессиональная деятельность может действительно регламентироваться только профессиональной группой, чтобы чувство-

¹ Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 602.

² Там же. С. 602-603.

³ Вебер М. Основные понятия стратификации / Пер. с англ. изд. А. И. Кравченко // Социс. 1994. № 5. С. 169-183.

⁴ Кормадонов О. А. Престиж и пафос как жизненные стратегии социоэкономической группы (анализ СМИ) // Социс. 2001. № 1.

вать все ее потребности и иметь возможности следить за всеми их изменениями¹. Специфичность социологического подхода Э. Дюркгейма особенно проявляется в его трактовке *профессиональной этики*: «Есть профессиональная этика адвоката и судьи, врача и священника и т. д. Но если попытаться более или менее ясно сформулировать бытующие идеи относительно того, каковы должны быть отношения нанимателя с наемным работником, рабочего с главой предприятия, конкурирующих промышленников между собой или с публикой, то какие же туманные формулы мы получаем!»². Отметим, что речь идет о *профессиональной этике*. Но *профессиональность* трактуется не только как определенный вид деятельности (врач, солдат, священник и т.д.), но и как различные типы социальных отношений. При этом одни из них имеют ярко выраженный индивидуальный характер, а другие – коллективный. Тем не менее можно зафиксировать: не только деятельность является профессией, но и отношения деятеля с другими людьми должны быть профессиональными. Субъективная картина представлений о профессиях, основанная на содержании деятельности, статусе специалистов тех или иных узких специальностей, которые активно начинают выделяться в индустриальный период, выстраивалась в соответствии с относительно новой для того исторического периода профессиональной структурой, задавая ее иерархичность. Благодаря разделению труда представители различных профессиональных групп начинают занимать различные позиции в зависимости от своей активности в обществе, при этом обеспечивая его интеграцию. «Мы должны ограничить свой горизонт, выбрать определенное занятие и отдаться ему целиком»³.

В современной социологической теории *профессиональный престиж* как научная категория достаточно хорошо разработан, он вписывается в ценностно-нормативную систему общества и рассматривается как феномен общественного сознания, в котором отражается объективно существующая в обществе иерархия профессий, которая выстраивается в результате субъективных оценок людей, имеющих различия в степени сложности и важности разных видов трудовой

¹ Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Пер. с фр. А. Б. Гофмана. М., 1996. С. 10.

² Там же. С. 6.

³ Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Пер. с фр. А.Б. Гофмана. М., 1996. С. 409.

деятельности, необходимого для их осуществления уровня образования, ответственности, величины оплаты труда и т. д. Профессиональный престиж рассматривается как составной элемент механизма воспроизводства социальной структуры¹.

В настоящее время, говоря о профессиональном престиже, как правило, затрагивают социальное положение тех или иных профессиональных групп, которое задается уровнем необходимого образования для реализации профессиональной деятельности, уровнем оплаты труда, уважением или авторитетом членов профессионального сообщества в обществе, привлекательностью профессии, соотношением с другими профессиями, социокультурным контекстом, т.е. соотношением с преобладающими в обществе в данный период ценностями и нормами.

Первые эмпирические исследования престижа различных профессий проводились в первой половине XX в. в США. Именно в эмпирической практике было выявлено, что представители различных социальных групп имеют схожие представления о престижности в обществе тех или иных профессий. В этой связи Д. Трейман построил целую теорию, а Дж. Каунтс ввел в социологический оборот понятие *social standing*, которое используется как эквивалент престижа профессий и обозначает репутацию, вес в обществе, положение профессии на определенной ступеньке социальной иерархии². В США на протяжении нескольких десятилетий оттачивалась методология проведения опросов общественного мнения с целью отработки идеальной шкалы престижности различных профессий. Во второй половине XX в. социологи начинают высчитывать социально-экономические индексы престижности профессий исходя из анализа показателей дохода и образования респондентов. О. Данкен был одним из первых исследователей, который разработал *социально-экономический индекс* практически для 500 родов занятий. С 1961 г. социально-экономические индексы стали одни-

¹ Лукашова О. Г. Профессии престиж. // Социологический словарь. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mirslouvrei.com/content_soc/PROFESSIJ-PRESTIZH-10892.html.

² Руднев М. Г. Методология и основные результаты исследований престижа профессий в зарубежной социологии // Вопросы образования. 2008. № 2. (217-239). С. 220.

ми из наиболее часто используемых измерителей профессионального статуса. Сам О. Данкен и его последователи интерпретировали величину индекса как косвенную оценку престижа профессий, но более надежную, чем его прямое измерение¹. Но позднее данные индексы были признаны не вполне состоятельными, так как не учитывали субъективную составляющую, а также влияние культуры и различных социальных институтов (СМИ, традиции и т. д.). К концу столетия начинают появляться работы, которые отслеживают динамику престижа профессий и позволяют говорить о закономерностях, выделять отличительные особенности одних профессий относительно других. Например, американский социолог Х. Жоу выделяет *основные тенденции и ряд факторов*, оказывающих влияние на уровень престижности различных профессий:

- атрибуты формального знания и науки являются детерминантами высокого престижа профессии;
- чем более профессия вовлечена в социальные конфликты, тем ниже ее престиж;
- престиж положительно коррелирует с профессионализацией;
- чем более доступна профессия, тем выше ее престиж, она должна быть понятна и доступна;
- группы, менее инкорпорированные в социальные институты (меньшинства, женщины), склонны ниже оценивать профессии, занимающие высокие позиции из-за их авторитета, и наоборот, наиболее корпоративные люди дают более высокие оценки авторитетным профессиям;
- разброс оценок профессий, связанных с наукой и знанием, значительно меньше, чем разброс мнений о профессиях, занимающих высокий статус благодаря их авторитету.

Проблематика престижа профессии рассматривалась и в советской социологии, возрождавшейся с 1960-х гг., но преимущественно не в социологии про-

¹Мансуров В. А., Юрченко О. В. Профессиональный выбор молодежи: исторический ракурс // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры и образования: мат. межд. конф. В 3 Т./ Под общ. ред. Ю. Р. Вишневого. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2010. С. 180-184.

фессий, а в социологии образования и молодежи – в связи с жизненными планами и выбором профессии выпускниками школ (Д. Л. Константиновский, М. Н. Руткевич, М. Х. Титма, Ф. Р. Филиппов, В. Н. Шубкин и др.). Особую значимость имели новосибирские исследования, в рамках которых выделялась проблема «престижа различных занятий и видов труда»¹. Исследователи выявили противоречие и разрыв между двумя пирамидами профессий – одной, отражавшей потребности общества в кадрах по профессиям, которые были ранжированы по привлекательности от самых непрестижных внизу до наиболее престижных вверху, и пирамиды профессиональных aspirations. Результаты опросов старшеклассников фиксировали: число желающих работать по самым престижным профессиям значительно превышает потребность рынка занятости в этих работах; напротив, меньше всего желающих работать по профессиям с низким престижем.

Сегодня российские социологи², исследуя престижность профессий среди молодежи, отмечают, что за последнее десятилетие значительно расширился спектр престижных профессий (табл. 1, 2).

Таблица 1

Престижность профессий в оценках представителей
разных поколений россиян, %

Виды профессиональной деятельности	Молодежь, 2007	Молодежь, 1997	Старшее поколение, 2007
1	2	3	4
Адвокаты, юристы, прокуроры, нотариусы	32	43	33
Финансисты, экономисты, бухгалтера, банковские работники	28	46	35
Госслужащие	17	10	14
Руководители	6	10	6
Работники культуры, искусства, спорта, шоу- бизнеса, модельного бизнеса, телеведущие	11	5	7
Военнослужащие, МВД, ГАИ	3	3	3
Врачи	10	9	14
Предприниматели, бизнесмены	9	13	11

¹ Астафьев Я. У., Шубкин В. Н. Социология образования в СССР и России // Мир России. 1996. № 3. С. 161-177.

² Молодежь новой России: ценностные приоритеты. Аналитический доклад ИС РАН под общ. ред. М. К. Горшкова. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_0.html; Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. М., 2010. С. 222-237.

1	2	3	4
Работники торговли, менеджеры	9	0	4
Программисты	7	0	5
Научные работники	3	0	5
Прочие	13	10	12

Таблица 2

Рейтинг престижности профессий ВЦИОМа

Профессия	2006	2009
Юрист, адвокат, прокурор	28	20
Врач	11	12
Экономист, финансист	20	12
Банкир	10	7
Предприниматель, бизнесмен	10	6
Программист	7	6
Государственный служащий	7	6
Рабочий (слесарь, токарь и т. д.)	1	5
Учитель	4	4
Художник, дизайнер, артист и т.д.	5	4
Работник сферы услуг (повар, парикмахер, работник торговли и т. д.)	4	4
Бухгалтер	5	3
Военнослужащий (в том числе милиция, МЧС и т. д.)	3	3
Руководитель, директор	3	3
Инженер (различных отраслей)	2	3
Менеджер	7	3
Строитель	4	3
Нефтяник	2	3
Научный работник	1	1
Работник сферы сельского хозяйства (агроном, зоотехник и т. д.)	1	1
Спортсмен	1	1
Переводчик	1	1
Психолог	1	1
Другое	4	1
Затрудняюсь ответить	24	27

Несмотря на некоторые отличия в методологии проведения социологических исследований, можно говорить о видимом постоянстве рейтинга престижности профессий среди россиян. Первые позиции по значимости, как и прежде, занимают классические профессии с позиции западной социологии¹.

¹ Рейтинг престижных и доходных профессий. Пресс-выпуск 1331. 07.0910. Официальный сайт ВЦИОМ. (Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведён 19-20 сентября 2009 г. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%).

В западной социологической традиции *престижность профессий* продолжает изучаться в рамках уже сложившейся концепции социальной стратификации, тогда как в российской социологии престиж профессий исследовался в контексте профессионального самоопределения молодежи с позиции привлекательности для данной социальной группы различных видов профессиональной занятости. В данном контексте престиж рассматривается как один из основных факторов, который оказывает влияние на построение жизненной стратегии, выбор не только будущей профессии, но и образования.

Важный аспект анализа престижа профессии – выявление *привлекательности профессии*. В российской социологической практике изучался и изучается престиж отдельных профессий в контексте исследования социального положения и идентификации отдельных профессиональных групп: учителей, врачей, журналистов, чиновников¹. Очень часто исследователи выходят на проблему соотношения в обществе престижа и уважения к профессии, что создает определенную *операциональную вилку*, которая позволяет зафиксировать ценностное напряжение в массовых представлениях об определенных видах деятельности².

По результатам анализа теоретических и эмпирических исследований можно предположить, что иерархия престижности профессий зависит во многом от социально-культурных и экономических изменений, происходящих в обществе; от доминирующей системы ценностей или господствующей идеологии, уровня и качества жизни населения, направленности социальной политики государства. С другой стороны, престижность различных профессий зависит от активности членов профессиональных сообществ, от результатов процесса «профессионализации изнутри», практики взаимодействия профессионалов с различными социальными институтами (образования, власти, СМИ и т. д.).

¹ Зиятдинова Ф. Г. Социальное положение и престиж учительства: проблемы, пути решения. М.: Луч, 1992.; Крыштановская О. В. Инженеры: Становление и развитие профессиональной группы. М., 1991; Образ российского чиновничества в контексте // Бюрократия и власть: позиции населения и оценки экспертов. Аналитический доклад ИС РАН. М., 2005; Магидович М. Л. Профессиональная идентичность художника // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. VII. № 2; Мансуров В. А., Юрченко О. В. Перспективы профессионализации российских врачей в трансформирующемся обществе // Социс. 2005. № 1; Сосновская А. М. Профессиональная идентичность журналистов // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. VII. № 3. и др.

² Шмерлина И. А. Российский журналист: декомпозиция имиджа // Социальная реальность. 2007. № 6. С. 23.

Показатель престижности профессий – результат субъективного восприятия. Основным социально-психологическим механизмом построения иерархии престижа профессий является преломление в сознании индивидов социальных представлений о различных видах деятельности, о профессиональных сообществах или отдельных профессионалах, которые формируются в массовом сознании на протяжении определенного времени под воздействием ряда факторов. Общественные оценки, формирующие престиж, базируются на типизации обычного мышления и являются интегральными элементами конкретно-исторического и социально-культурного жизненного мира, в рамках которого они считаются само собой разумеющимися и социально признанными¹.

Таким образом, рассуждая о престижности профессий, каждый человек сопоставляет и сравнивает нереальных профессионалов исходя из их объективных характеристик, а образы профессий, которые сформированы в массовом сознании и доступны для восприятия. Эмпирические исследования доказывают, что сегодня молодое поколение выбирает не профессию как таковую с ее функционально-содержательными аспектами и технологическим потенциалом, а пытается определить свой будущий статус исходя из своих представлений о профессиональном положении, получающим свое отражение в образе профессии. Кроме того, именно в этом контексте срабатывает сущность иерархии престижности профессий в логике официальной номинации как акта символического внушения, что принимается, одобряется и поощряется сегодня в обществе, а какие виды деятельности остаются аутсайдерами.

Как уже отмечалось, престиж профессии во многом определяется тем, какой образ (*имидж*) этой профессии возникает в массовом сознании.

Под *образом* в социологии сегодня рассматривается мысленный или вещественный конструкт, представляющий какой-либо объект; целостное, но неполное представление о каком-либо объекте или классе объектов; совокупность ти-

¹ Бергер П., Луман Т. Конструирование социальной реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. С. 21.

пичных видов (способов) жизнедеятельности индивида, социальной группы¹. В иностранных языках эквивалентом образа является слово *image*, которое обозначает облик, вид, представление. Близок по смыслу также термин *имидж* или *(public) image*.

Понятие *имидж* происходит от латинского *imago*, связанного с латинским словом *imitari*, означающего имитировать. Согласно толковому словарю Вебстера, *имидж* – это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта и особенно лица. Он является мысленным представлением о человеке, товаре или институте, целенаправленно формирующимся в массовом сознании с помощью публицити, рекламы либо пропаганды.

Как и большинство научных категорий понятие *имидж* может трактоваться в широком и узком смысле. В широком смысле под имиджем понимается пространенное представление о совокупности естественных и специально сконструированных свойств объекта, в узком — он трактуется как сознательно сформированный образ объекта, наделяющий последнего дополнительными ценностями и дающий возможность продуцировать те впечатления об объекте, отношения к нему и его оценки, которые необходимы его создателю².

С позиции практической психологии имидж рассматривают как психологическую PR-категорию. Имидж – сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа сильно эмоционально окрашенный образ чего-либо или кого-либо. Американские специалисты вообще рассматривают имидж как сильное впечатление, обладающее большими регуляторными свойствами, т. е. имидж – это особый психический образ, сильно и определенным образом влияющий на эмоции, поведение и отношения личности или группы³.

В социологии *имидж* определяется как целостный, качественно определенный образ данного объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и/или индивидуальном сознании. Имидж возникает и корректируется в ре-

¹ Российская социологическая энциклопеди /Под общ. ред. Г. В. Осипова. М., 1998. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/619/>.

² Королько В. Г. Основы публик рилейшнз. Русский гуманитарный интернет-университет. 2000. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.i-u.ru/biblio.

³ Зазыкин В. Г. Материалы семинара: «Практические аспекты связей с общественностью». М., 2001. С. 35–42.

зультате восприятия и сопутствующего профильтровывания поступающей из внешней среды информации о данном объекте сквозь сеть действующих стереотипов. В качестве обладателя имиджа может выступать любой объект окружающей действительности.

Важно подчеркнуть *отношенческий, оценочный* характер имиджа. Это – мнение, суждение, выражающее оценку чего-нибудь, отношение к чему-нибудь, взгляд на что-нибудь. Не менее значимо и эмоционально-психологическое воздействие имиджа. В анализе механизма становления и развития имиджа обычно акцентируется, что это – качественно определенный образ объекта, устойчиво живущий и воспроизводящийся в массовом и/или индивидуальном сознании.

Теоретическое обобщение категории имидж существенно отстает от практики в сфере массовых коммуникаций. Можно выделить принципиальное отличие в понимании *образа и имиджа* исходя из реальной практики маркетинга, рекламы и связей с общественностью. Под образом, как правило, рассматривают представления о субъекте у определенных социальных групп, тогда как имидж является единицей коммуникации, специально сконструированным для дальнейшей трансляции различным аудиториям образ¹. С позиции психологии имидж определяется как манипулятивный, привлекательный, легко трактуемый психический образ, воздействующий на эмоциональную сферу человека (иногда на его подсознание), а через них – на объяснительные механизмы сознания и поведения, на выбор, осуществляемый человеком. Действие имиджа основано на сильном эмоциональном впечатлении, когда снижаются механизмы сознательного контроля. Вот в чем главное отличие имиджа от психического образа, отражающего характеристики кого-либо или чего-либо². Если вернуться к первоначальной мысли, то можно утверждать, что репутация, престиж – категории рассудочные, когда отношение возникает в результате осознанного выбора, рационального аргументированного сравнения. Имидж же скорее дает иллюзию

¹ Bourdieu P. La noblesse d'Etat. Paris, 1989.

² Зазыкин В. Г. Имидж организации: структура и психологические факторы // мат. конф. «Практические аспекты связей с общественностью». М., 2001. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tandemforum.ru/articles/info/article23.html>.

качеств и свойств. Поэтому сейчас многие стали бороться именно за формирование привлекательного имиджа, а не репутацию или престиж.

Несмотря на выделенные отличия, образ и имидж являются результатами интересубъектного взаимодействия, определяются разнообразными социально-психологическими, социально-перцептивными, коммуникативными, познавательными, организационными и акмеологическими закономерностями. Сочетание этих закономерностей позволяет исследовать имидж отдельных профессий в контексте символизации социального мира.

П. Бурдые утверждал, что социальный мир по объективным признакам является организованной по законам дифференциации символической системой, где на объективном уровне задается определенная система статусов и ролей, а на субъективном уровне задается структура исходя из моделей восприятия и оценок, которые отражают связи символической власти. Неопределенность образов поведения и социальной позиции приводит к тому, что повышается значение оценок символов и образов¹. Можно экстраполировать данную позицию и на процессы формирования в обществе представлений о различных профессиях, объясняя своеобразное постоянство оценок престижности некоторых профессий. В условиях, когда профессии представляют из себя лишь *профессиональные поля*, где внутри каждого идет множественная дифференциация с выделением множества специальностей, на уровне массового сознания происходит определенное обобщение и формирование единых упрощенных образов врачей, педагогов, юристов и т. д. Кроме того, социально-профессиональная структура общества постоянно находится в динамике: «Мир профессий изменчив и многообразен; их символические границы, охраняемые традициями и буквой инструкций, постепенно стираются или заново перечерчиваются. Одни профессии ушли в прошлое, другие лишь укрепляют свой статус, третьи оказались вытесненными на обочину. Контуры многих профессий в течение длительного периода и под воздействием различных факторов оказались размытыми, а в ряде случаев это

¹ Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть / Пер. с франц. В. И. Иванова. 1987.

сопрягается еще и с невысокой степенью интеграции и признания обществом со всеми вытекающими последствиями»¹.

На имидже профессий сказываются и изменения социума, и изменения мира профессий. Происходит, как емко определил эту тенденцию, известный социолог З. Бауман, *индивидуализация общества*. Соответственно возрастает роль потребностей индивида в «оценке потенциальных возможностей общества», усиливается «постоянный диссонанс между *я хочу* и *я могу*, превышение желаний над имеющимися возможностями их удовлетворения, становится ведущим принципом социализации»². Одновременно в *обществе риска* У. Бека профессия начинает терять свое свойство быть «обоюдным идентификационным шаблоном, посредством которого мы оцениваем людей, ею обладающих»³, их доходы, статус, возможные интересы и социальные контакты. По оценке У. Бека возникает «плюрализация рабочих миров и форм труда»⁴, что серьезно влияет на профессиональную структуру, профессиональный выбор, адаптацию и самоопределение и, следовательно, на имидж профессии.

Субъекты социального взаимодействия своим непосредственным поведением и действием наполняют свой образ и представления о своей позиции в социальной структуре во многом не без помощи современных средств массовой коммуникации, которые способствуют признанию или непризнанию социальных групп в обществе, способствуют приобретению определенного символического капитала. Но при этом мир профессий включен в социокультурный контекст любого общества, и практически образ каждой профессии начинает приобретать определенные черты, находящие свое выражение в определенных устойчивых конструктах, которые наполняются стереотипами и транслируются из поколения в поколение. Т. Б. Щепанская, анализируя социокультурные основания различных видов профессиональной деятельности, выделила черты сходства в виде стереотипов поведения, знаковых систем, общих мотивов неформального дис-

¹ Романов П. В., Ярская-Смирнова Е.Р. Мир профессий: пересмотр аналитических перспектив // Социс. 2009. № 8. С. 26.

² Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. М., 2002. С. 85-86

³ Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / Пер. с нем. М., 2000. С. 203.

⁴ Там же. С. 330.

курса и схожие структуры межличностного взаимодействия¹. Социокультурная среда как контекст жизнедеятельности общества не только фиксирует по координатам пространства и времени в кино, искусстве, живописи, литературных произведениях образы разных профессий, но и сама является основанием для формирования субъективных представлений об имидже профессий в массовом сознании.

Образы профессий наполняются определенным *смыслом*, который формируется в процессе *понимания (intelligence)* на социальном уровне, т.е. приспособления друг к другу действий различных индивидов в рамках социального процесса. Смысл имплицитно, если только не всегда эксплицитно, предполагается в соотношении между различными фазами социального действия, к которому он отсылает и из которого он развивается. И его развитие происходит на человеческом эволюционном уровне в терминах символизации². Говоря о символической природе построения образов профессий или моделирования имиджа, мы получаем выход от теоретической концептуализации к эмпирическому исследованию, позволяющему социологически замерить и изучить форму, структуру, каналы передачи и социокультурные условия их формирования.

Образы профессий исходя из символической природы могут быть обозначены как перцептивные (смутные чувства), апперцептивные (четкие концепты), существующие в сознании и психике своего носителя (индивида, общности), либо заключаться в каких-то культурных формах – искусстве, кино, живописи и т. д. Конечная символическая триада или образ будет являться комплексом, включающим в себя когнитивный, аффективный и деятельностный уровни. Подобный подход позволяет реконструировать групповые, в том числе профессиональные символические комплексы³. Таким образом, на индивидуально-личностном уровне образы профессии будут включены в процесс выбора про-

¹ Щепанская Т. Б. Конструкции гендера в неформальном дискурсе профессий // Антропология профессий / Под ред. П. В. Романова и Е. Р. Ярской-Смирновой. Саратов, 2005. С. 53.

² Мид Д. От жеста к символу // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В. И. Добренкова. М., 1994. С.152.

³ Кармадонов О. А. Символ в эмпирических социальных исследованиях // Социс. 2004. № 4 С. 11.

фессии личностью, профессионального самоопределения и профессиональной идентификации в период обучения и непосредственной профессиональной деятельности. Непосредственно образ профессии отразится на желании или нежелании молодых специалистов пополнять профессиональные сообщества. Образы профессии будут оказывать влияние и на формирование, развитие или профессионализацию отдельных групп, определяя характер практик внутреннего и внешнего взаимодействия отдельных профессиональных сообществ.

Формирование образов происходит у каждого индивида в процессе социализации. В детском, подростковом и юношеском возрасте уже формируется, определяя представления человека и о различных профессиях, наделяя их определенным смыслом, субъективное установление целостной идентичности личности в социально-историческом контексте исходя из окружающей действительности¹. Безусловно, основные представления о профессиональном разделении в обществе закладываются в первичных социальных группах в семье, ближайшем окружении. Базисные представления не об отдельных профессиях, а о *профессиональных полях* закладывают институты образования, представляя основные научные направления и поверхностный обзор по выделению специализации различных видов трудовой деятельности в обществе.

На индивидуально-личностном уровне происходит поэтапное формирование – под воздействием различных социальных институтов – *образа* той или иной профессии. Выбирая после окончания средних учебных заведений дальнейшее направление профессионального образования, молодые люди постепенно начинают наполнять и конкретизировать свои личные представления о будущей сфере деятельности в процессе профобучения.

Вопрос о влиянии образа профессии на формирование будущего специалиста рассматривается в работах Л. Б. Шнайдер, В. В. Овсянниковой, В. Д. Брагиной, В. В. Ермоловой, Л. Н. Рожиной, Д. В. Деминой, написанных по результатам психологических исследований. В них описывается динамика представлений

¹ Бергер П., Луман Т. Конструирование социальной реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум. 1995. С. 217.

о профессии, отраженная на внутриличностном уровне, в зависимости от степени приобщения к ней конкретного человека, акцентируется внимание на важности для молодежи профессионально значимых качеств личности, выделяются личностные требования к человеку в зависимости от выбранной специальности¹. Психологическая направленность исследований направлена на анализ формирования образа профессии на микроуровне общегруппового взаимодействия. В исследованиях, посвященных изучению именно группового взаимодействия, появляется ключевая идея рассматривать профессиональное обучение как способ вхождения в профессиональную группу или профессиональное сообщество. Важно отметить, что в этих работах особо подчеркивается наличие динамики в процессе формирования образа профессии у конкретного индивида, важность ее отслеживания в процессе профессионального обучения.

По мнению авторов, в профиль образа любой профессии необходимо включать *знания, умения и навыки*, требуемые специалисту, обусловленные общественным интересом к деятельности конкретных профессионалов в определенных социально-экономических условиях, статусные характеристики профессиональной группы, элементы профессиональной культуры, которые оказывают существенное влияние на формирование образа и стиля жизни профессионалов (рис. 1).

Процесс формирования образа профессии на личностном уровне детерминруется как социальными факторами, так и личностными, субъективными. Объективные и субъективные факторы, оказывающие влияние на формирование образа, формируют *информационно насыщенную окружающую среду*. В процессе обучения по специальности происходит получение большого количества информации, которую человек оценивает и в дальнейшем соотносит с собой и выбранной профессией, формируя (изменяя и дополняя) свои личные представления.

¹Шнайдер Л. Б. Профессиональная идентичность: структура, генезис и условия становления : дис. ... докт. псих. наук. М., 2001; Брагина В. Д. Влияние представлений о выбранной профессии на профессиональное самоопределение учащейся молодежи : автореф. дис. ... канд. псих. наук. М., 1976.

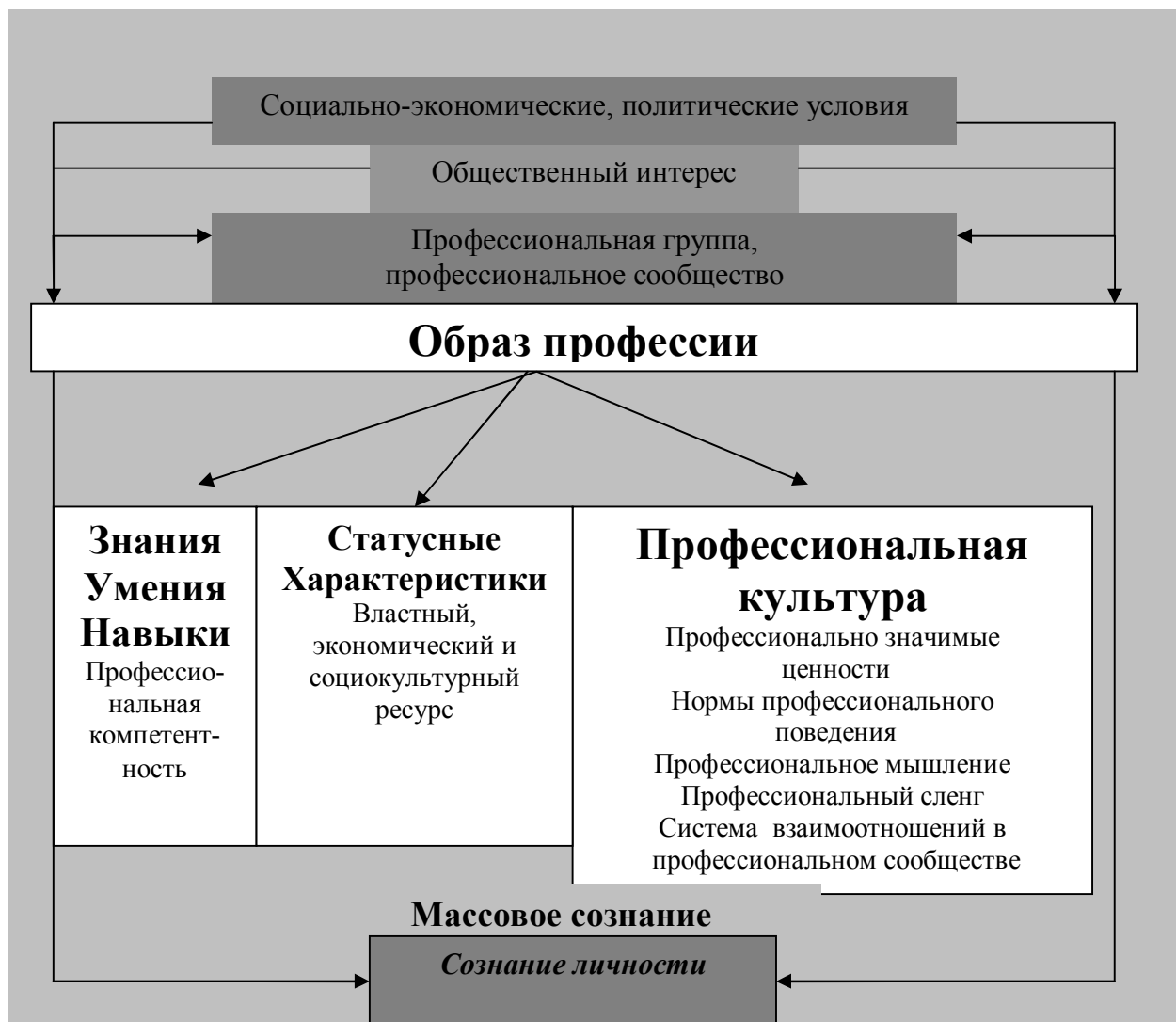


Рис. 1. Профиль образа профессии

Можно выделить ряд факторов, обеспечивающих данный процесс:

- интересы индивида, на которые оказывают влияние, способности, прошлый опыт, представления о будущей профессии;
- индивидуальные особенности (черты характера, темперамент, свойства нервной системы), состояние здоровья;
- уровень подготовки (кругозор, мировоззрение, успеваемость);
- ряд социальных факторов (место жительства, профессия и советы родителей, рекомендации учителей, товарищей, средства массовой информации...)¹.

Профессионально-образовательная подготовка органично включена в процесс социализации личности и осуществляется в постоянном взаимодействии с

¹ Боровикова С. А. Профессиональное самоопределение // Психологическое обеспечение профессиональной деятельности. СПб., 1991.

многообразными внешними и внутренними факторами. Среди личностных, внутренних факторов, оказывающих влияние, особо удачно, с нашей точки зрения, выделяют *профессиональное самосознание*, его формирование и развитие, систему профессионально-значимых ценностей личности¹. Образ профессии оформляется в сознании и реализуется как в процессе получения теоретических знаний, так и через деятельную активность человека. Таким образом, в процессе обучения и практической деятельности процесс формирования образа определенной (выбранной человеком) профессии начинает сопрягаться с рядом социально-психологических процессов (осознание, осмысление, оценка и поведение). Происходит осознание личностью своих индивидуальных внутренних свойств и особенностей, затем – осознание профессионально-значимых свойств, способностей, возможностей и интересов. Посредством включения определенных оценочных механизмов протекает процесс осмысления отношения человека к конкретной профессии. Наступает состояние, способствующее воплощению своих профессиональных планов в виде определенной программы действий. Процессуальность изучаемого феномена отражена на рис. 2.



Рис. 2. Социально-психологические процессы формирования образа профессии в период профессионального становления личности

¹ Дидковская Я. В. Профессиональное самоопределение молодежи: социологический анализ. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2004. С. 16.

Среди внешних факторов особо можно выделить социальные группы и социальные институты. Тенденции общественного сознания (шкала престижа профессий и значимость образования в обществе), с одной стороны, и конкретные социально-экономические условия, с другой, определяют характер воздействия социальных институтов и групп¹. Значение социальных институтов и социальных групп для процесса формирования образа профессии в сознании индивида состоит в том, что под их влиянием в результате предлагаемых образцов поведения происходит не только осознание, но и осмысление или интернализация тех или иных социальных ролей, норм, ценностей.

Такие социальные институты и группы, как семья, сверстники и друзья, институт образования, бесспорно оказывают влияние на социализацию индивида в целом. Как правило, выделяют один институт как приоритетный фактор влияния. К примеру, по мнению Н. Смелзера, *идентификацией* называется способ усвоения детьми родительского поведения, установок и ценностей как своих собственных. Поэтому он утверждает, что профессиональный выбор родителей может повлиять на профессиональный выбор и профессиональную идентификацию детей². Семья как социальный институт является *ядром* агентов социализации. Члены семьи сопровождают друг друга на протяжении достаточно долгого периода времени (чаще всего практически всю жизнь в соответствии с культурными традициями воспитания российской нации). Соответственно именно близкие родственники могут оказывать влияние на изменение представлений человека в различных ситуациях. Выделяют ряд основных социальных функций семьи как социального института, в частности, наиболее интересны для нас воспитательная и духовная³. Семья в этом случае должна обеспечивать в первую очередь процесс социализации молодого поколения, поддерживать культурное воспроизводство общества, способствовать развитию личностей членов семьи и их взаимообогащению. В

¹ Дидковская Я. В. Профессиональное самоопределение молодежи: социологический анализ. Екатеринбург, 2004. С. 14.

² Смелзер Н. Социология. М., 1994.

³ Харчев А. Г., Мацковский М. С. Современная семья и ее проблемы. М., 1979.

результате можно прийти к выводу о том, что при возникновении трудностей с выбором в определенных жизненных ситуациях близкие члены семьи должны способствовать принятию решений, руководствуясь личным опытом и благими намерениями по отношению к своим детям. Первичная социализация индивида происходит в семье, поэтому семья является первичным и важнейшим институтом, воздействующим на профессиональную социализацию.

В некоторых работах обозначены следующие направления влияния, оказываемого на индивида его семьей как социальным институтом: социальный статус самой родительской семьи, который задает «стартовые условия»; существующие семейные традиции, преемственность труда от родителей к детям; непосредственное или косвенное влияние родителей на формирование ценностных представлений своих детей¹.

Семья как социально-психологическая целостность оказывает *социализирующее воздействие* на личность посредством нормативного и информационного влияния. Чем сплоченнее семья, тем эффективнее нормативное воздействие.²

На благоприятном информационно-профессиональном поле, созданном при активном участии членов семьи, *системой образования* осуществляется координация процесса *профессиональной идентификации*, которая включает в себя социально-профессиональную ориентацию и формирование основы представлений или образа будущей профессии. Если оценивать влияние образования как социального института, можно целиком и полностью согласиться с мнением Г. Б. Кораблевой³, что образование в процессе своего функционирования обеспечивает интеграцию и целостность образовательных общностей, координирует их взаимодействие с другими общностями, в том числе и профессиональными, за счет особых специальных механизмов. Одним из таких механизмов бесспорно является единство социального и профессионального отбора, которые начинают

¹ Дидковская Я. В. Профессиональное самоопределение молодежи: социологический анализ. Екатеринбург, 2004. С. 15.

² Антонов А. И., Медков В. М. Социология семьи. М., 1996. С. 124.

³ Кораблева Г. Б. Теоретико-социологический анализ взаимосвязи профессии и образования. Екатеринбург, 1999.

первоначальную селекцию на уровне школы¹. Система общеобразовательных учреждений также оказывает опосредованное влияние на профессиональную идентификацию индивида. Именно в школе обучают не только чтению, письму и арифметике, но и дают представление об общественных ценностях. Кроме того, в школе должно осуществляться воспитание будущих граждан, готовых и желающих поддерживать ценности общества, в которое они вступают. Школа представляет собой макет социальной среды в целом – именно здесь происходит формирование личности человека и его поведения. Сегодня образовательные учреждения предлагают различные программы для ранней профориентации школьников старших классов. Именно эта система позволяет говорить о формировании основы представлений, необходимых для будущего профессионального выбора.

Что касается *института профессионального образования*, то он способствует воспроизводству, функционированию, развитию и взаимодействию образовательных общностей в процессе профессионального обучения и профессиональной подготовки в единстве с общеобразовательным компонентом². Организованный характер системы профобразования позволяет сегодня говорить о трех уровнях: допрофессиональном, профессиональном и послепрофессиональном – каждый из которых имеет свой специфический характер и на каждом из которых реализуются определенные цели.

Содержание и направленность деятельности института образования на предпрофессиональном уровне оценивается сегодня достаточно высоко. Однако существующая целая система организаций (учебно-производственные комбинаты, центры профориентации, подростковые клубы и т. д.), которая специально занималась профориентацией молодежи, не играет сегодня роль определяющего фактора по данным многих исследований. На фоне возрастания роли личностного фактора при анализе сложившейся ситуации отмечается снижение значимости уровня выявления индивидуальных способностей и предпочтений, которые

¹ Кораблева Г. Б. Об институциональном подходе к исследованию связи профессии и образования // Социс. 2000. № 6. С. 50.

²Кораблева Г. Б. Теоретико-социологический анализ взаимосвязи профессии и образования. Екатеринбург, 1999.

непосредственно должны принимать участие в формировании профессиональных и профессионально-образовательных предпочтений. С точки зрения рассмотрения профессиональной идентификации крайне важно учитывать влияние этих элементов образовательной системы, так как они принимают непосредственное участие в формировании информационного поля индивидуальных представлений, необходимого для субъективной оценки желаемой профессиональной деятельности и требуемого для этого специализированного образования.

На уровне профессионального образования выделяются образовательные организации начального, среднего и высшего профессионального образования. Процесс выбора уровня профессионального образования детерминирован конкретными социально-экономическими и политическими условиями в стране. Некоторые из них объективно определяются рынком труда. Трудовой рынок, в свою очередь, диктует спрос не только на ряд профессий, а также и на образовательный уровень необходимых специалистов. Таким образом, значение именно высшего профессионального образования сегодня возрастает. Тенденции общественного сознания и складывающиеся конкретные социально-экономические условия труда объясняют повышенную привлекательность именно высшего профессионального образования для большинства молодежи.

Современное общество становится гиперинформационным. В этом измерении на представления человека, его позицию наиболее сильное влияние оказывают массовые коммуникации или средства массовой информации. В экономически ориентированном обществе, когда членам семьи все меньше времени удается тратить на подрастающее поколение, дети, подростки и молодежь в значительной мере усваивают роли и правила поведения в обществе из телевизионных передач, газет, фильмов и других средств массовой информации. Символическое содержание, представленное в этих средствах массовой информации, оказывает глубокое воздействие на идентификацию в целом, способствуя формированию определенных ценностей и образцов поведения. Воздействие этих информационных источников сегодня почти так же велико, как влияние родителей.

Под воздействием нарастающей дезинтеграции в российском обществе с 1990-х гг. монолит государственной культуры стал распадаться на множество национально-культурных образований, автономий, субкультур. Получившие свободу СМИ, различные формы массовой культуры стали определяющим образом влиять на формирование ценностных установок, стиля, образа жизни населения¹.

Немаловажную, а может быть и ключевую роль в процессе формирования представлений о различных профессиях на уровне массового сознания сегодня имеют СМИ, моделирующие и корректирующие социальную реальность. Специфика подачи материала, стремление преподнести *жареные факты*, ориентация журналистов на негативные, психологически сложные материалы для публикации актуализируют проблему искажения представлений в массовом сознании о некоторых видах деятельности. Аспекты значимости для общества того или иного вида профессиональной деятельности, сложности и специализированности труда отходят на задний план и способствуют формированию и закреплению определенных стереотипов, зачастую негативно окрашенных. *«Вот сейчас, например, очень много пишут СМИ о непривлекательности такой профессии, как защита общественного порядка, силовые структуры, милиция. Что там очень много нарушений закона, они сами нарушают закон, они избивают людей, выбивают показания. И неважно на самом деле: это преступники или не преступники, важно, с чем ассоциируются эти преступления. Откуда они берут факты? Есть ли это на самом деле? Насколько это распространено, они ведь об этом не пишут, но у людей создается представление о профессии»*². И сегодня возникает проблема – как нейтрализовать (или преодолеть) этот негативный уклон в изображении представителей ряда профессий, искажающий (может быть, неадекватно отражающий за счет абсолютизации одних фактов и недооценки других) их образ?

Одновременно возникает и проблема – как реально повышать статус и имидж ряда необходимых для социума профессий? Неовеберийская модель

¹ Карпухин О. И. Самооценка молодежи как индикатор ее социокультурной идентификации // Социс. 1998. № 12. С. 92.

² Цитата из экспертного интервью с проф. В. А. Мансуровым.

профессии, где особо выделяется, что профессиональные группы объединены общим интересом, позволяет утверждать, что (как и прочие статусные группы) они чаще всего преследуют экономические цели, хотя у них есть и другие мотивы для организации коллективных действий, например построение позитивного публичного имиджа. Социальные позиции профессиональных групп отчасти определяются структурными характеристиками индустриального общества, отчасти коллективными действиями групп¹. Таким образом, современные *профессиональные группы* становятся субъектом, заинтересованным в формировании в массовом сознании определенного образа своей профессии. Кроме того, важен также и *зеркальный имидж* профессии: как свою деятельность оценивают сами профессионалы.

Каждая профессиональная группа заинтересована в том, чтобы ей доверяли в ее профессиональной деятельности. Процесс *профессионализации* приводит к тому, что в рамках разных профессиональных сфер возникает необходимость организовывать *профессиональные сообщества или ассоциации*. Одной из задач таких объединений как раз и является построение *позитивного образа профессии* в глазах широкой общественности, наряду с контролем вхождения в профессиональную группу и отслеживанием качества оказываемых услуг. Например, коллегия адвокатов принимает специальный экзамен с целью введения гарантии для населения на оказанные услуги и контроля вхождения в профессиональное сообщество². Российское общество социологов³ сегодня представляет российское социологическое сообщество в мировой науке, объединяет не только социологов разных регионов, но и защищает интересы профессии, оказывая поддержку ее членам, работая на имидж профессии в целом. С 1992 г. в России существует Российская гильдия риелторов, цели которой – содействие развитию цивилизованного рынка недвижимости на основе развития законодательной и нормативной базы и создания системы профессиональных стандартов для ее участников, использование собственной инфраструктуры для защиты общих

¹ Профессиональные группы интеллигенции / Отв. ред. В. А. Мансуров. М., 2003. С. 73.

² Шрадер Х. Доверие, сети и социальный капитал // Экономика и социология доверия. СПб., 1994. С. 181.

³ Дело И. Л. Грошева. Сайт РОС. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ssa-rss.ru/>.

имущественных интересов и удовлетворения нематериальных потребностей членов Гильдии, расширение их возможностей в профессиональном, научно-техническом и социальном развитии, повышение статуса риэлтора¹.

Имидж профессии во многом связан с процессом непосредственной профессиональной деятельности. Качественные характеристики взаимодействия представителей профессиональной группы и их основных клиентов являются одним из механизмов формирования имиджа профессии. Данный процесс отражается не только на эффективности и результативности профессиональной деятельности, но и на отношении людей, чьи потребности удовлетворяют профессионалы в какой-либо сфере. Здесь можно говорить отдельно об установках профессионалов и их клиентов.

В западной социологии аспекты развития различных профессий исследовались в контексте изучения *профессиональной культуры*, где под понятием культуры использовалось описание различных проблем, идей и стилей организаций и работающих в них людей. Конкретные организации в этом контексте рассматриваются как сферы конструирования значений, смыслов, обращающих внимание на неформальные стороны профессиональных практик².

Сегодня исследования профессиональной культуры в русле феноменологической традиции актуальны и в российской социологии. Символическая природа профессиональной культуры находит свое отражение в образах профессий, формируя их как бы изнутри исходя из повседневных практик, находя отражения в субкультурном фольклоре и культурных репертуарах членов разных профессиональных сообществ. Кроме того, представители различных профессиональных субкультур начинают субкультурные артефакты (манера одеваться, общаться, способ выполнения трудовых операций) принимать как должное и воспроизводить в практике³. Таким образом, члены одного профессионального сообщества, благодаря профессиональным традициям, склонны к сходным сте-

¹ Сайт РГР. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rgr.ru/>.

² Антропология профессий: сборник научных статей / Под общ. ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова. Саратов, 2005. С. 25. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=76.

³ Там же. С. 30.

реотипам поведения, знаковым системам и мотивам неформального дискурса и структурам межличностного взаимодействия¹.

Образ профессии наполняется смыслом в процессе личного общения с профессионалами, просмотре телевизионных передач, общения с другими людьми. Символизация конституирует объекты, которые не были конституированы прежде и не существовали бы, если бы не контекст социальных отношений, в котором происходит символизация.

Восприятие профессионала или различных профессий может быть различно исходя из практик социального взаимодействия. В ситуации *лицом-к-лицу другой* совершенно реален. Эта реальность является частью всей реальности повседневной жизни, мы сталкиваемся в своей жизни с врачом, учителем, продавцом в магазине, мы имеем представление о них, о целях, содержании и результатах их деятельности. Сегодня профессионалы могут стать реальными, благодаря конструируемому в информационной реальности образу, определяющему их репутацию, выделяющему какие-то ключевые характеристики. И даже в условиях непосредственного общения человек, как правило, оценивает профессионалов исходя из уже имеющихся типичных обобщенных и опосредованных представлений о нем.

Образ профессионала влияет на развитие профессиональной группы, определяет во многом характер взаимодействия: *профессионал-клиент* (конфликтные ситуации; недоверие к уровню компетентности; уход клиентов в другую сферу, например, в сфере образования и медицины); внутри *профессионального сообщества*; процессы интеграции профессиональных групп; профессиональная группа – институты власти (например, социология). Современные профессии находятся в тесной институциональной связи с государством, СМИ, общественным мнением, образованием, благодаря которой обеспечивается профессиональная мобильность, изменяются социальные статусы отдельных индивидов и профессиональных групп.

¹ Щепанская Т. Б. Антропология профессий // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. Т. 4. № 1. С. 143.

В теории и практике коммуникаций разработаны стратегии по управлению имиджем как отдельной личности, так и социальных групп, отдельных организаций. Основным инструментом в этом процессе выступает целенаправленная информационная работа.

Целенаправленное преобразование любого объекта есть ни что иное, как управление этим объектом. Причем речь идет не о принуждении к совершению действий, осознаваемых данным объектом в качестве нежелательных (такое управление обычно называется грубым, силовым, волюнтаристским). Мы имеем дело с управлением путем целенаправленного изменения объекта таким образом, что действия, прежде воспринимавшиеся им самим в качестве нежелательных, теперь представляются самому объекту желательными, уместными, необходимыми. Такой способ (стиль) управления принято называть мягким, демократичным, партнерским, или менеджментом¹. Закономерности информационного процесса едины, какая бы сфера, группа, организации или руководитель ни становились субъектом или объектом информационного процесса².

Психологические закономерности и законы социальной психологии таковы, что никакая информация не способна бороться с образами, основанными на установках и стереотипах. Единственный способ завоевать положительную репутацию – встраиваться в систему установок и стереотипов, существующих в массовом сознании. А исходя из оригинальности представлений о каждой отрасли эта задача кажется почти нереальной³.

Тематика и проблематика, объединенная под названием *имидж организации* (в англоязычной литературе – *company image*), в российском бизнесе и менеджменте приобретает в последнее время все большее значение. Работа над имиджем организации должна стать одним из направлений стратегического менеджмента и находиться в зоне пристального внимания руководства любой организации⁴. По определению В. Г. Зазыкина: «Какой бы непредсказуемой ни бы-

¹ Сухотерин Л., Юдинцев И. Информационная работа в государственном аппарате». М., 2004. С. 44–50.

² Там же. С. 108.

³ Там же. С. 229.

⁴ Сидоренко И. И. Корпоративный стиль. М., 2007. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.reklamaster.com.

ла реакция общественности в период формирования облика структуры, вся система обязательно должна подчиняться стройной логической концепции. Имидж существует в сознании обывателя как взаимосвязанный и последовательный поток информации, программирующий образную и эмоциональную реакцию. Работа по созданию имиджа ведется всегда целенаправленно и различными средствами по каждому из каналов восприятия: визуальному, вербальному, событийному и контекстному.

1. Визуальное измерение формирует внешний образ: соответствие нормам деловой и официальной одежды, аксессуаров, прическа, манера поведения, мимика, жесты.

2. В вербальном измерении – культура общения: речь, публичные выступления, доклады, интервью, статьи, деловая переписка, умение вести беседу по телефону.

3. Событийное измерение – это нормативно-этическая сторона поступка, поведения, деятельности в целом, т.е. речь идет о репутации человека: динамика формирования имиджа определяется репутацией субъекта.

4. Контекстное измерение рассматривают как присоединение имиджей других людей (родственники, друзья, окружение), что также оказывает влияние на репутацию человека и имидж в целом. Поэтому в работе по формированию персонального имиджа вопрос о репутации требует особого внимания»¹.

Технология создания имиджа, представленная В. Г. Королько, предполагает активное использование двух направлений:

1) описательное (или информационное), представляющее образ (лидера, компании);

2) оценочное, существующее как побуждающее оценки и эмоции, вызываемые информацией, различной интенсивности, несущей определенную эмоционально-психологическую реакцию.

Оценка имиджа происходит при использовании опыта, ценностных ориентаций, общепринятых норм, принципов. Оценка и образ имеют условные кон-

¹ Зазыкин В. Г. Материалы семинара: практические аспекты связей с общественностью. М., 2001. С. 28–36.

цептуальные различия и неразрывную связь¹. Механизм формирования имиджа группы организации – информационная работа. Существует два подхода к определению понятия информационная работа.

1. *Классический подход* – информационная работа рассматривается как функция делопроизводства, т. е. деятельность по обеспечению должностных лиц сведениями, необходимыми для решения возложенных на них задач². Средствами информационной работы является совокупность документальных, технических и иных устройств, предназначенных для накопления, обработки, систематизации, хранения и выдачи информации. Формами информационной работы – особенности документирования, накопления, сбережения, интеграции информационных данных в различных звеньях системы управления в целях рационального и эффективного осуществления управленческой деятельности. Процесс информационной работы – это последовательная совокупность операций (регистрация, передача, накопление, хранение, обработка, выдача информации), позволяющая быстро найти в полном объеме нужные сведения, затребованные конкретными потребителями.

2. *Современный подход* – информационная работа рассматривается как деятельность по связям с общественностью, т.е. в условиях XXI в. реальная практика выходит далеко за пределы классического определения информационной работы. Наибольшую актуальность приобретает современный подход к организации информационной работы как деятельности по связям с различными группами общественности или коммуникации с различными аудиториями, которая возможно только в процессе непосредственного информационного сопровождения деятельности организации³. Аудитория – это совокупность людей, получающих информацию. Очевидно, что определение само по себе остается практически неизменным со средних веков, когда появились первые университеты и под

¹ Королько В. Г. Основы публичных отношений. Русский гуманитарный интернет-университет. 2000. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.i-u.ru/biblio.

² Кузнецов И. Н. Информация: сбор, защита, анализ. М., 2008. С. 56.

³ Сухотерин Л. Я., Юдинцев И. В. Информационная работа в государственном аппарате. М., 2007. С. 123.

аудиторией подразумевались студенты, слушающие лекцию¹. Та часть аудитории, до которой необходимо донести данную, конкретную информацию, называется целевой аудиторией². Таким образом, информационная работа на сегодняшний день приобрела иной смысл, который заключается в организации деятельности по связям с различными группами общественности или коммуникации с различными аудиториями с целью формирования определенного образа в сознании людей, установления доверия к деятельности через открытость (прозрачность) и изменения поведения по отношению к деятельности организации.

В эпоху постиндустриального общества информационное сопровождение деятельности приобретает наибольшую актуальность, являясь одним из главных инструментов, с помощью которых организация выживает на рынке.

Сегодня социальная работа является специфическим видом профессиональной деятельности, направленной на оказание содействия индивиду с целью обеспечения культурного, социального и материального уровней жизни, предоставлением индивидуальной помощи человеку, семье или социальной группе для поддержания достоинства и свободного развития личности, что предусмотрено Декларацией прав человека, оптимизацией механизмов социального функционирования индивидов или социальной группы. «Социальная работа – особый вид социального взаимодействия людей с целью оказания им помощи в социализации и ресоциализации. В этом смысле она выступает как условие социального воспроизводства общества, средство его социального конструирования, обеспечения преемственности в развитии»³.

Профессионалы в сфере социальной работы чаще всего работают в учреждениях и организациях, входящих в систему региональных министерств социальной защиты населения. Социальные учреждения, организации и службы создаются для достижения конкретных целей, осуществляют свою деятельность в условиях разнообразных взаимодействий и взаимосвязей с экономическими, политическими, правовыми и иными социальными институтами. Система возни-

¹ Шапиро С. А. Организационные коммуникации в целях эффективной работы компании. М., 2007, С.41.

² Там же.

³ Никитин В. А. Социальная работа: проблемы теории и подготовки специалистов. М., 2002. С. 15.

кающих отношений с властью, средствами массовой информации, населением, образовательными учреждениями как группами общественности в основном должна быть направлена на достижение взаимного доверия и открытости. Это предполагает практическое использование на практике профессиональных технологий из арсенала деятельности по связям с общественностью. Центральной задачей профессионального подхода в данном случае является формирование позитивного имиджа социальной работы на территории Свердловской области на основе спланированных и выстроенных отношений с разными целевыми аудиториями. Таким образом, говоря об имидже профессии «социальная работа», мы должны четко представлять, что мы будем под этим понимать, какие инструменты пиара мы будем использовать и с какой целью.

При представлении профессии в контексте оценки и построения ее имиджа важна оценка содержания деятельности (функционал, характер взаимодействия с клиентами, профессиональной культуры и этики), характеристика членов профессиональной группы (образование и компетенции), статус профессионала на трех уровнях: властном, социокультурном и экономическом. 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 (рис. 3).

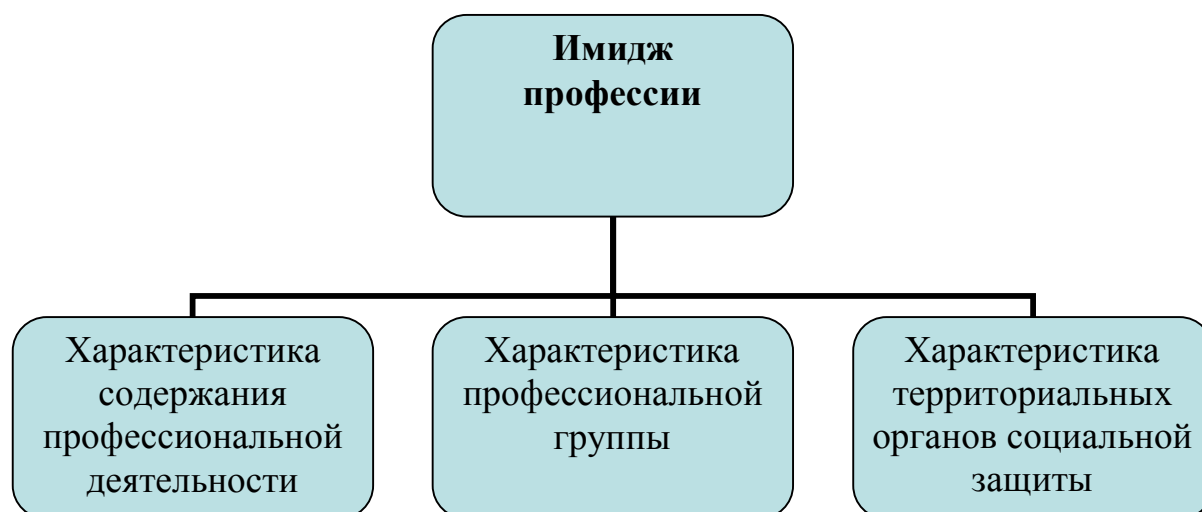


Рис. 3. Структура имиджа профессии «социальная работа»

Как было уже сказано, *имидж* – это то впечатление, которое создается у окружения; зависит от того, как согласованы все детали образа объекта. Понятие «имидж» также включает в себя то впечатление, которое производят действия, результаты коммуникации объекта со средой. Под имиджем понимают устойчивую, социально производимую и воспроизводимую модель восприятия и оценки объектов и явлений. Поэтому важно рассмотреть характеристики имиджа профессии с позиции ее практической конструируемости и управляемости. Выстроенный имидж сводит множество до конкретного набора свойств и качеств – целостной модели, позволяющей идентифицировать объект¹. Имидж изначально социален. Его структура задается свойствами, которые маркируются обществом как важные, значимые. Имидж является продуктом общественного сознания, хотя может принадлежать и отдельному человеку (правда, только тогда, когда он рекурсивен социальной модели, – в противном случае речь идет об индивидуальном восприятии и соответственно об образе)².

В теории связей с общественностью в структуру имиджа включаются такие компоненты, как внешний и внутренний имидж объекта имиджирования.

Внешний имидж профессии ориентирован на общественное окружение и включает в себя три уровня:

- имидж учреждений социального обслуживания у клиентов – представления различных социальных групп клиентов относительно услуг, которые оказывают учреждения социального обслуживания;
- имидж органов социальной защиты у общественности – представления широкой общественности о целях и роли органов социальной защиты, в том числе управлений соцзащиты, возглавляемых Министерством социальной защиты, учреждений социального обслуживания, а также профессионалах, которые там работают;

¹ Морган Г. Имиджи организации: Восемь моделей организационного развития. М.: Вершина, 2006.

² Черняева Т. И. Бренд как предельный когнитивно-ценностный стандарт: к технологиям территориального брендинга // Мат. Межд. симпозиума «Имидж государства». СПб.: СПбГУ, 2009. URL: <http://www.statebrand.ru/part15/>.

- имидж органов социальной защиты для госструктур – представления региональной администрации, федеральных и региональных органов исполнительной и законодательной власти, органов местного самоуправления о деятельности системы социальной защиты населения в регионе.

Внутренний имидж – это представления членов профессионального сообщества о своей профессии, о профессионализме в своей области вообще, о системе, в которой они работают, о ценностях и значимости своей работы. Это связано с профессиональной культурой, социально-психологическим климатом в коллективах, практикой взаимодействия соцработников с клиентами и т. д. Он должен рассматриваться как важный источник информации для внешних аудиторий (потенциальных клиентов, журналистов, государственных чиновников разного уровня).

Различаются следующие виды имиджа:

- *Реальный имидж* – образ объекта, который сложился у представителей групп общественности под влиянием объективных и субъективных факторов стихийно или был сформирован целенаправленно.

- *Идеальный имидж* – это желаемый позитивный образ объекта, который выстраивается с помощью определенных технологий и к которому следует приближать реальный имидж.

- *«Зеркальный имидж»* – представления внутри профессиональной группы о мнении общественности об имидже структуры или объекта.

Существует также структурно-психологический субстанциональный план измерения уровней имиджа.

Оценочный имплицитный (складывается в психике субъекта, существует в неактуализированном виде, тяготеет к стереотипным конструктам) характерен в большей мере людям, никогда не сталкивающимся с реальной практикой деятельности специалистов социальной работы.

Оценочный эксплицитный, или коммуникативный, уровень характерен людям, имеющим опыт общения с практиками социальной работы, и опосредуется ситуацией коммуникации.

Третий уровень – *поведенческий*, или конативный, связан с предполагаемой практикой обращения к специалистам в случае возникновения необходимости. В итоге существует *имиджевая пирамида*, где на характере информированности выстраиваются вышеназванные уровни. Именно поэтому важно проанализировать, как к профессии, профессиональной группе и к территориальным органам соцзащиты на первом уровне относится широкая общественность, население региона, не имеющие опыта обращения в органы соцзащиты Свердловской области; на втором – отношение клиентов социальных служб; на третьем – оценить практику, уровень желания и возможности обращения населения в социальные учреждения.

Простраивая имидж профессии, нужно учитывать, что имидж любого объекта имеет свои структурные элементы.

- *Когнитивно-визуальный конструкт*, к которому необходимо стремиться. Это образ профессионала, который должен создаваться и поддерживаться в практиках коммуникации со СМИ и клиентами. *Ключевой имиджевый образ* должен складываться из реальных запросов населения, соответствовать действительности, быть правдоподобным и простым, но в то же время оригинальным и притягательным.

- *«Ключевые месаджи»* (лозунги, утверждения, девизы), связанные с реальным актуальным состоянием профессионального поля деятельности.

- *Образ территориальных органов социальной защиты населения*, включающий внешние и внутренние характеристики. Внешние: единый стиль, который обеспечивает зрительное и смысловое единство восприятия всех учреждений, входящих в систему органов социальной защиты населения Свердловской области, разными целевыми аудиториями. Внутренние: профессионально-этический кодекс, отражающий все аспекты профессиональной культуры специалистов социальной работы. В данном случае возможно говорить о пересечении понятий корпоративной и профессиональной культуры. Формирование образа профессионального сообщества напрямую зависит от представлений об организациях и учреждениях, в которых работают специалисты. В этом контексте каче-

ство оказываемых населению услуг, отношение специалистов к своим клиентам и собственной профессиональной деятельности имеют не менее важное значение для имиджа, чем репрезентация в СМИ.

Основными *целевыми аудиториями* для работы с имиджем профессии «социальная работа» можно считать различные социальные группы клиентов учреждений (среди них – молодые семьи, семьи с детьми, инвалиды, престарелые граждане, лица без определенного места жительства, граждане, оказавшиеся в сложной жизненной ситуации и т. д.), широкую общественность (потенциальных клиентов), представителей СМИ, которые формируют образ профессии в массовом сознании.

Каналами формирования имиджа является непосредственная деятельность специалистов – практика взаимодействия со своими клиентами; а также коммуникация со средствами массовой информации с целью информирования своих клиентов и создания позитивного профессионального имиджа.

Итак, профессиональный имидж социальной работы включает в себя: представления в массовом сознании о качестве и значимости профессионального вида деятельности специалистов сферы социальной работы, о характеристиках членов данной профессиональной группы, уровне профессиональной компетентности – специфических знаниях, умениях и навыках, которые требуются для реализации этого вида деятельности, уровне оплаты труда специалистов; также имидж включает представления социальных работников о сфере собственной деятельности, их установки и ценности внутри профессионального сообщества и внешние представления о профессиональной системе ценностей и нормах поведения, т. е. о профессиональной культуре социальной работы в целом.

2. ИМИДЖ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ ЗА РУБЕЖОМ: ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПОДХОДЫ, КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Проблема *престижности социальной работы* как профессии, ее имидж в глазах широкой общественности является объектом исследования ученых в США, Великобритании, Канаде, Германии, Словакии и др. Безусловно, это связано с реализацией эффективной социальной политики, основные направления которой непосредственно имеют отношение к деятельности специалистов по социальной работе. Работа членов данного профессионального сообщества практически в разных странах земного шара зачастую остается незамеченной большей частью населения, так как непосредственно затрагивает интересы социально депривированных социальных групп. Но нельзя и приуменьшать всю сложность и значимость этой профессии в целом для социального спокойствия, что актуализирует эмпирические исследования в данном направлении.

Имидж социальной работы изучается на микро- и макроуровнях социального взаимодействия. С одной стороны, исследуются представления о профессии среди разных целевых аудиторий или социальных групп общественности, клиентов, потенциальных работников – студентов факультетов социальной работы, членов профессионального сообщества, с другой стороны, имидж профессии изучается в контексте социально-экономических, исторических и культурных условиях, в которых происходит профессионализация социальной работы.

Часто результаты исследований социологов используются в деятельности государственных служб. Например, в 2001 г. Министерство здравоохранения Великобритании начало активную информационную работу с целью поддержать рекрутинговую компанию по набору персонала в сферу социальной работы. В большей мере это было необходимо в связи с заключениями социологов, которые в процессе исследовательской практики установили, что широкая общественность достаточно негативно воспринимает деятельность в сфере социальной работы. Было проведено исследование с помощью методики контент-анализ, которое позволило проанализировать прессу Великобритании – с точки зрения

репрезентации социальной работы и формируемого образа социального работника как специалиста. Согласно полученным данным из 2000 статей положительный контекст имели лишь 30 историй, связанных с социальной работой как профессиональной сферой деятельности. На основании проведенного исследования был сделан вывод, что средства массовой информации обедняют образ этой профессии, наносят ей вред, присваивая имиджу специалиста негативные оценки.

В Великобритании социальная работа в массовом сознании населения воспринимается как плохо оплачиваемая профессиональная деятельность, связанная с проблемными семьями и трудными подростками. Кроме того, основной акцент в представлениях населения при построении негативного образа данной профессии делался на ошибках специалистов, которые имеют место быть в реальной практике. В качестве доказательства правомерности своих утверждений жители Великобритании указывали на информацию из телевизионных новостей и прессы. Безусловно случаи изъятия детей из семей с вмешательством социальных работников зафиксированы в новой истории Великобритании, но в большей мере эти единичные случаи помнит большинство населения из-за повышенного внимания к ним со стороны масс-медиа. Поскольку практика социальной работы в Англии уже сформирована, то и в средствах массовой информации сформировались определенные *медиа-шаблоны* или *кадры*, например, все те же случаи несправедливого изъятия специалистами социальной работы детей из родных семей. Фиксируются именно те ситуации, которые вызвали в свое время общественный резонанс и по заключению английских социологов повсеместно эксплуатируются журналистами¹. Сложившаяся ситуация приводит к тому, что формируются негативные стереотипы восприятия профессии *социальная работа*. Вследствие чего современная молодежь не видит перспективного карьерного развития в этой профессиональной сфере деятельности.

¹ Kitzinger, J. Media Templates. Patterns of Association and the (Re) Construction of Meaning over Time // Media, Culture and Society 22(1). P. 61–84.

В 2003 г. в Великобритании проводилось исследование образа профессии «социальная работа», который формируется в популярных художественных фильмах и телесериалах туманного Альбиона. Всего были проанализированы четыре мыльные оперы и два детективных сериала. В общей сложности было выявлено 249 сюжетов, связанных с формированием образа специалиста по социальной работе¹. Это одно из первых в мировой практике исследований, которое обращено к анализу не реалистичного материала, а образа профессионала, вымышленного и повсеместно ретранслируемого.

В европейских странах массовое искусство теленовелл рассматривается не только как средство проведения досуга среднего класса, но и как социальный инструмент, способный изменять отношение людей к острым социальным проблемам таким, как ВИЧ, гендерные и расовые проблемы. Исследователи доказывают, что мыльные оперы, где основной сюжет, как правило, связан с проблемами семьи и с повседневными практиками социального взаимодействия, могут на фоне эмоциональной достоверности создаваемых картинок жизни формировать отношение к сфере оказания социальных услуг, к деятельности социальных работников.

В практике взаимодействия кинопродюсеров и органов государственной власти выявлены примеры, когда политические инициативы или государственные программы должны были найти свое отражение в популярных мелодрамах, когда чиновники специально обращались к кинодеятелям с просьбой поддержать правительственные компании, например, сформировать определенный позитивный образ ВИЧ-инфицированных, учителей и т.д. В данном разрезе речь идет об амбивалентности исследуемой проблемы, когда в процессе решения социально значимых вопросов можно потерять доверие телезрителей. Однако восприятие информации аудиторией через телесериалы существенно отличается от новостных передач и документальных фильмов тем, что на текущий момент реалистичная картинка, которая выстраивается на экране, наполнена эмоциями и зача-

¹ Henderson L., Franklin B. Sad not to bad. Images of social care professionals in popular UK television drama // Journal of Social work. London: Sage. 2007. № 7. P. 133-142.

стую становится предметом дополнительных дискуссий среди населения и созданные в кино образы продолжают свою жизнь в реальном мире в процессе активного обсуждения людьми.

Исследователи выявили профиль телевизионного образа социального работника и сравнили его с реальными социально-демографическими характеристиками профессиональной группы. Например, было установлено, что в телевизионных сериалах социальными работниками представлены белые мужчины, тогда как в реальной практике в социальных службах Великобритании работают преимущественно женщины (80 %), что же касается этнической принадлежности, то в действительности в сфере социальной работы 9 % специалистов африканского происхождения. Телевизионный образ социального работника позволял представлять профессионала как достаточно модно одетого человека, что существенно противопоставлялось образу клиента, нуждающемуся в помощи. Кроме того, согласно выделенной специфике деятельности основные художественные сюжеты посвящены решению проблем детей и подростков. Эта тенденция соответствует доминированию данной тематики и в традиционных новостных медиа, что в комплексе существенно влияет на искажение профессионального поля деятельности профессионалов, сужая многоплановость направлений социальной работы. В работе использовался также контент-анализ, который позволил не только четко выделить характеристики образа социального работника, но и проанализировать социокультурный и ситуационный контекст, в котором этот образ формировался. Интересно отметить, что сюжетная линия в большей мере свидетельствует о том, что социальные работники не представлены на экране как специалисты, работающие в тандеме со специалистами других профессий: медиками, юристами, учителями. Это приводит к своеобразной изоляции профессии как на экране, так и в жизни, к ассоциации этой деятельности с жизненно неприятными ситуациями, такими как тяжелые заболевания, потеря близких, разводы и т. д. Кроме того, появление на экране специалистов по социальной работе связано с решением каких-то конкретных задач в сюжетной линии телесериала, когда же проблема решается, представители этой профессии уходят с экрана. В

результате в образе остается представление лишь о функционале этих профессионалов, упускаются характеристики внутренних переживаний социальных работников, связанных с эмоциональными переживаниями и последствиями работы с психологически трудными жизненными ситуациями клиентов.

Профессиональная роль специалиста по отношению к клиентам показана как пассивное посредничество между профессионалами и клиентами. На экране заботливый образ специалиста, который поддерживает в трудной ситуации своих клиентов, напрямую связан с бюрократическим содержанием деятельности, с оформлением документов, выполнением ряда процедур. Другими словами, противопоставляется эмоциональная сторона профессии и бюрократизация деятельности, контрастирует эмоциональность и рациональность, система противостоит интересам отдельной личности.

В США сфера социальной работы изучается через анализ художественных и документальных кинолент разного периода. Например, исследователи рассматривали образы социальных работников, которые создавались в кинофильмах еще до Второй мировой войны. В стратегии качественного анализа хорошо просматривались архетипы (отрицательный и положительный) женщин социальных работников. Характер и содержание создаваемых образов зависели от политической идеологии, от отношения к женщине в культурно-исторический период, нежели от реальных знаний о профессии¹. В этой связи в целом ряде исследований установлено, что негативный образ прорисовывался в американском киноискусстве в 1940–1950 гг. В 1960-е гг. он стал более сглаженным, так как эксплуатировался в борьбе против расизма. В 1990-е гг. социологи установили, что 86 % сюжетов, репрезентирующих в американских СМИ социальную работу, были уже положительными². В 2002–2004 гг. была проведена целая серия социологических исследований американских фильмов на предмет изучения имиджа работников социальной сферы. В частности, исследователи установили, что

¹ Hiersteiner C. Saints or Sinners? The Image of Social Workers From American Stage and Cinema Before World War II // *Affilia*, Vol. 13, No. 3, 312-325 (1998).

² Davenport. J., Davenport. J. Social Workers: Fad-Chasing Jackasses or Still on the Side of the Angels? // *The New Social Worker* 4(1): 11–13. 1997.

согласно репрезентации СМИ социальные работники в Америке были представлены как европейцы со средним уровнем дохода. Они работают, как правило, в сфере защиты интересов детей и часто проявляют свою некомпетентность¹. В большей мере ученых интересовал анализ вымышленных ситуаций, которые далеки от реальной профессиональной практики сферы социальной работы, но могут существенно влиять на формирование в обществе представлений о профессиональном сообществе, о целях профессиональной деятельности и ее результативности. Выше описанные исследования репрезентации профессии в средствах массовой информации возможно и целесообразно проводить в социально-культурных условиях, когда профессия уже имеет определенные традиции, существует в обществе достаточно продолжительное время и институционально закреплена.

Кроме этого, формирование профессионального имиджа в информационном пространстве происходит по разным каналам, соответственно внимание ученых привлекают и другие аспекты этого процесса. Например, в Германии изучались формы и методы информационной работы сотрудников социальных служб с различными целевыми аудиториями². Кроме классификации технологических аспектов, т.е. анализа выбора формы публикаций (информационные бюллетени, флаеры, постеры, годовые отчеты, интернет-сайты и непосредственные контакты), У. Штрауб оценил и содержание *информационного контента* печатных изданий. Он изучил печатные издания, в которых встречались заметки, выдержки из отчетов о социальной работе с детьми и молодежью в Германии (100 статей, вышедших в 2002 г.). Исследователь выделил ряд существенных проблем, серьезно влияющих на формирование неопределенного размытого имиджа социальной работы как профессии в Германии. Он смог отследить разрозненность материалов, не отражающих многообразие подходов и направлений работы, наглядно продемонстрировать, что скучный непрофессиональный подход к предоставлению данных в газетах способствует формированию представ-

¹ Freeman and Valentine, 2004.

² Штрауб У. Социальная работа и связи с общественностью в Германии // Журнал исследований социальной политики. 2007. Т. 5. № 1. С. 82.

лений о профессии *социальная работа* как о рутинной, бессистемной деятельности. Эмпирическим путем в ходе социологического опроса было выявлено изначально предвзятое отношение к СМИ со стороны членов профессионального сообщества, несистемное использование специалистами возможностей пиара в профессиональной деятельности. Подобная практика является следствием *ограниченной коммуникативной компетентности специалистов по социальной работе*. По его мнению, социальные работники должны не только хотеть рассказывать о своей работе разным целевым аудиториям, но и уметь это делать на достаточно высоком профессиональном уровне, осознавая все последствия и прогнозируя социальный эффект не только своей работы, но и спланированной информационной кампании. Именно в этом контексте возникает эффект обратной связи, когда в обществе признается и поддерживается социальная работа благодаря своему сформированному имиджу, и тогда можно говорить о ее результативности и максимальной эффективности.

Проблема доверия населения социальной работе как социальному институту во многом пересекается с проблемой доверия граждан социальным работникам как профессионалам, способным оказывать помощь своим клиентам на высоком профессиональном уровне. В данном контексте профессиональный имидж социальной работы рассматривается, как правило, в таких странах, как Испания, где эта профессия получила общепризнанный статус намного позднее, чем в других европейских государствах. Исследователи подчеркивают, что характер социальных профессий, таких как социальный работник и социальный педагог, во многом связан с постоянным взаимодействием специалистов и представителей маргинальных групп. «Суть социальной работы до конца сможет понять лишь тот, кто был в ситуации социального исключения»¹. Этот очевидный факт способствует закрытию профессиональной деятельности, ее культурной изоляции. Однако в условиях кризиса идеологии «государства всеобщего благосостояния» рискуют оказаться в ситуации социального исключения все

¹ Sáez J. and Sánchez M. Trust and Professionalism in Social Professions. The Case of Social Education // Current Sociology. July 2006 / Vol 54(4). London: International Sociological Association. P. 600.

большее число людей, когда без доверия к профессии *социальная работа* невозможно будет обходиться. При этом в реальности о социальной работе как профессии, ее содержании сегодня многие даже не имеют представления.

В разных странах социальная работа как профессия имеет разную историю. В США, Канаде и некоторых европейских странах профессии насчитывается более 100 лет. В Скандинавии и некоторых странах бывшего социалистического лагеря более 50 лет. Несмотря на разницу в истории становления, можно утверждать, что четко прослеживается зависимость восприятия профессии, доверия населения разных стран к социальной работе от социальной политики государства по отношению к своим гражданам.

Например, в Канаде социальная работа зарождается с конца XIX в., когда начинают выходить социально-ориентированные законы, направленные на то, чтобы улучшить жизнь отдельных категорий людей. Активная государственная политика в этом направлении привела к тому, что с начала XX в. создается большое количество государственных учреждений и организаций в сфере социальной работы. Исследователи отмечают, что постепенно социальные программы, развивающиеся с начала столетия, стали частью общественного сознания населения Канады и к середине XX в. способствовали тому, что общество стало воспринимать свою страну как государство всеобщего благоденствия, что оказало существенное влияние на социальную работу как профессию и оценку значимости этого вида деятельности канадцами. Богатая история становления профессии в Канаде в тесной взаимосвязи с социальной политикой государства и правительства ставит в зависимость отношение населения к социальной работе как профессии от политических и экономических изменений. Сокращение финансирования государства социальных программ очень больно бьет по доверию граждан к социальной работе как институту (сокращают всегда что-то ненужное и бесполезное), к специалистам по социальной работе, которые управляют этими программами, что подрывает имидж профессии¹.

¹ Holosko M., Leslie D.R. Is Social Work a Profession? The Canadian Response// Research on Social Work Practice, Vol. 11 No. 2, March 2001. P. 201-211.

У. Штрауб также отмечает, что проблема современного состояния профессии *социальная работа* заключается в *отсутствии ориентации на будущее*, где в условиях экономических катаклизмов появляется необходимость реструктурирования социальной работы, сопровождающаяся сокращением финансирования, при которой нельзя не демонстрировать широкой общественности результаты эффективной деятельности, чтобы поддерживать определенный уровень доверия к профессии и сохранять ее репутационные активы¹.

Анализируя текущее положение дел в Европе, сегодня можно говорить о том, что *экономический кризис спровоцировал и кризис социальных профессий*. Отмечается тенденция демонтажа государства всеобщего благосостояния и замена механизмами рыночного капитализма, основанного на принципах гибкости и конкурентоспособности. С одной стороны, государства не могут больше выделять достаточное количество финансовых средств на реализацию программ социальной поддержки различных групп населения в должной мере, с другой стороны, все большее число лиц нуждается в помощи. В результате социальная работа теряет свою прежнюю силу в европейских странах, теряет доверие к своей деятельности со стороны граждан.² На повестку дня выходит профессиональная активность членов профессионального сообщества, развитие социальных работников как профессиональной группы, сильного профессионального сообщества, способного защищать свою значимость, развивать сферу профессиональной деятельности в соответствии с требованиями времени. Социальная работа меняется вместе с трансформациями самого общества, а восприятие этой профессии зависит от ее содержания и результативности³.

В этом контексте интересны результаты исследований имиджа социальной работы, которые проводили ученые Словении и Хорватии. За последние 20 лет население этих стран пережило большое количество военных, экономических и политических потрясений. Профессиональное сообщество социальных работни-

¹ Штрауб У. Социальная работа и связи с общественностью в Германии // Журнал исследований социальной политики. 2007. Т. 5. № 1. С. 78.

² Sáez J. and Sánchez M. Trust and Professionalism in Social Professions. The Case of Social Education // Current Sociology. July 2006/ Vol 54(4). London: International Sociological Association. P. 595–606.

³ Sheldon. B. Social Work Practice in the 21st Century. Research on Social Work Practice 8(5): 577–89, 1998.

ков было активно вовлечено во все происходящие на этих территориях процессы. Распад Югославии повлек за собой экономическую, политическую и социальную дестабилизацию на разделившихся территориях. Затяжной военный конфликт между сербами и хорватами, военные столкновения в Боснии и Герцеговине способствовали тому, что более 250 000 сербов имели статус беженцев, 250 000 бывших югославов только со стороны Хорватии были втянуты в военные действия. В этот же период отмечался резкий спад уровня жизни во вновь образованных государствах, обнищание населения. За эти годы практика социальной работы в Словении и Хорватии была развита в силу реальной потребности со стороны населения, которое прошло через целый ряд суровых испытаний, совершенствовались технологии во многом не без участия стран Европейского союза.

В 1999–2000 гг., изучая общественное мнение, хорватские социологи установили, что уровень знаний населения о содержании деятельности социальных работников был достаточно высоким, и в целом люди положительно относились к тому, что делали и делают эти специалисты¹. В 2006 г. было проведено исследование среди студентов, которые получают образование по специальности *социальная работа* в Хорватии и Словении (опрошено 340 студентов двух стран). Социологи рассмотрели образ профессии, который формируется в сообществе потенциальных профессионалов двух вновь образованных стран (Хорватия и Словения) с позиции привязки выявленных результатов к специфике социально-политического курса развития. Использовалась методика опроса, где измерялись 96 прилагательных, которые характеризуют различные аспекты отношения респондентов к социальной работе, к ее содержанию. На первом месте по значениям из всех анализируемых факторов среди студентов обеих стран оказалась «защита прав клиента», на втором – характеристика «неблагодарная работа». По схожести ответов мнения двух групп студентов совпали и были отнесены к 3-му рангу относительно определения «ценности профессии для общества».

¹ Knez̃evic M., Ovsenik R., Jerman J. Social work as a profession. As perceived by Slovenian and Croatian social work students // *International Social Work*. London. 2006. № 49. P. 519-529.

Авторы выделили ряд существенных различий по отношению к профессии, которые объяснялись разницей политических курсов этих стран. В Словении социальная работа развивается в большей мере через государственные институты, что дает будущим социальным работникам больше уверенности в материальной обеспеченности будущего поля деятельности и стабильности профессиональной группы. Но политические настроения Словении всегда отличались и выделяются сегодня публичной критикой. Именно в этом регионе жители первыми начали критиковать социалистический строй. После распада Югославии в Словении началась активная демократизация, тогда как Хорватия взяла курс на консервативный националистский режим. Именно поэтому, по мнению исследователей, словенские студенты более критично настроены к профессии и отмечают, что социальная работа связана с административными практиками, с большим количеством бесполезных процессуальных действий, а также намного чаще соглашались с характеристикой «бесполезное занятие». При этом сегодня хорватские студенты менее требовательны к содержанию своей будущей профессиональной деятельности и более либеральны к ее административным функциям.

Итак, сфера социальной работы сегодня является предметом исследования социологов различных стран. Исследователи рассматривают разные аспекты имиджа профессии, используя целый ряд отличных методик, дают характеристику социальным процессам, которые оказывают существенное влияние на развитие данной сферы деятельности. Это реально свидетельствует о заинтересованности широкой общественности, научного и профессионального сообществ в позитивных тенденциях профессионализации социальной работы, ее развитии, совершенствовании содержания деятельности, соответствия быстро изменяющимся социальным, политическим и экономическим условиям. В рамках кросс-культурного анализа видно, как – по аналогии с рядом классических профессий – в разных странах примерно в одном направлении со схожими проблемами и трудностями идет не только закрепление профессии, ее развитие, но и формирование идентичности профессионального сообщества.

3. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА В РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ

3.1. СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА КАК ПРОФЕССИЯ

В западноевропейских странах и США социальная работа успешно функционирует как сформировавшийся социальный институт, имеющий многолетнюю историю практики и весомое значение в обществе¹.

Социальная работа как новый вид профессиональной деятельности в РФ получила нормативно-правовое обеспечение Госкомитета по народному образованию в 1991 г. Во многих российских вузах была открыта специальность «Социальная работа», начали функционировать кафедры социальной работы, открываться специализированные факультеты. Сегодня подготовку по этой специальности в России ведут 120 вузов, 6 из них в г. Екатеринбурге.

Учебная специальность 040101– Социальная работа – была утверждена Приказом Министерства образования и науки России № 4 от 12.01.2005. Нормативным сроком обучения при очной форме в вузе считается 5 лет. После окончания обучения в вузе по данной специальности выпускник сможет выполнять следующее:

- вести профессиональную практическую работу в социальных службах, организациях или учреждениях;
- оказывать социальную помощь и услуги семьям и отдельным лицам, различным социальным группам населения;
- проводить исследовательско-аналитическую деятельность по проблемам социального положения населения в курируемом районе с целью разработки проектов и программ социальной работы;
- участвовать в организационно-управленческой и административной работе социальных организаций и учреждений;

¹ Colins J. Social skills training and the professional helper. L., 1992. P. 6.

- работать в общественных организациях; вести воспитательную деятельность в социальных службах.

В соответствии с должностными обязанностями *специалист должен:*

- выявлять на предприятии (объединении, организации, учреждении), в курируемом микрорайоне (округе) семьи и отдельных лиц, нуждающихся в социально-медицинской, юридической, психолого-педагогической, материальной и иной помощи;

- охранять нравственное, физическое и психическое здоровье клиентов и осуществлять их патронаж;

- устанавливать причины возникших у них трудностей, конфликтных ситуаций, в том числе по месту работы, учебы и т. д.;

- оказывать содействие в их разрешении и социальную защиту;

- содействовать интеграции деятельности различных государственных и общественных организаций и учреждений по оказанию необходимой социально-экономической помощи населению;

- проводить среди населения работу по пропаганде здорового образа жизни, планированию семьи, соблюдению санитарно-гигиенических норм, мер противопожарной защиты, предупреждению бытового и дорожно-транспортного травматизма, правонарушений;

- оказывать помощь в семейном воспитании лицам, испытывающим негативное воздействие социального окружения по месту жительства, учебы, работы, в трудоустройстве несовершеннолетним, заключении трудовых договоров о работе на дому женщинам, имеющим несовершеннолетних детей, инвалидам, пенсионерам;

- проводить психолого-педагогические и юридические консультации по вопросам семьи и брака, воспитательную работу с несовершеннолетними с асоциальным поведением;

- выявлять проблемы и оказывать содействие детям и взрослым, нуждающимся в опеке и попечительстве, устройстве в лечебные и учебно-воспитательные учреждения, получении материальной, социально-бытовой и иной помощи;
- представлять в соответствующие органы материалы и документы для предъявления иска о лишении родительских прав, оформления усыновления, опеки, попечительства;
- организовывать общественную защиту несовершеннолетних правонарушителей, в необходимых случаях выступать в качестве их общественного защитника в суде;
- участвовать в работе по созданию центров социальной помощи семье, усыновления, попечительства и опеки, социальной реабилитации, приютов, молодежных, подростковых, детских и семейных центров, клубов и ассоциаций, объединений по интересам и т. п.;
- организовывать и координировать работу по социальной адаптации и реабилитации лиц, вернувшихся из специальных учебно-воспитательных учреждений и мест лишения свободы;

Профессиональная деятельность социального работника, как и в любой другой профессии, определяет не только его функционал и необходимые профессиональные навыки, но и формирует определенные черты личности и отношение к своей профессии, то, что еще Ф. Энгельс определял как «собственную мораль» каждой профессии¹.

Анализируя различные источники², мы постарались выделить ряд особенностей, характеризующих социальную работу как профессию:

¹ Маркс К., Энгельс Ф. Соч., Т.21. М. 1986. С. 298-299.

² Бербешкина З. А. Этика социального работника // Теория и практика социальной работы: проблемы, прогнозы, технологии / Под ред. Е. И. Холостовой. М., 2007; Данакин Н. С. Смысл и профессиональные особенности социальной работы // Российский журнал социальной работы. 2005. № 1. С. 47-54; Исторический опыт социальной работы в России. М., 2000; Павленок П. Д. Основы социальной работы. М., 1999; Социальная работа. Введение в профессиональную деятельность: учебное пособие / Отв. ред. А. А. Козлов. М., 2005; Социальная работа: теория и организация: пособие для студентов вузов / Отв. ред. С. В. Лапина. 2-е изд. М., 2007; Старшинова А. В. Становление идеологии социальной работы в России: анализ актуальных противоречий. Екатеринбург, 2006; Теория и практика социальной работы: отечественный и зарубежный опыт / Под ред. Т. Ф. Ярковой, В. Н. Бочаровой. М., Тула, 2006; Тетерский С. В. Введение в социальную работу. М., 2001; Фирсов М. В. Теория социальной работы:

- *социальный характер* деятельности (основная цель состоит во взаимодействии между отдельными людьми и обществом, в улучшении качества жизни для всех¹);

- *широкий круг возможных задач*, иногда решаемых в непредсказуемых условиях, который оправдывает комплексный характер требований к теоретической подготовке, несмотря на конкретную специализацию;

- *сложность и длительность профессиональной подготовки*, поскольку профессия имеет ярко выраженную *психолого-педагогическую направленность*;

- присущая всем профессиям «человек-человек» (по классификации Е. А. Климова), *исключительная роль личностных особенностей специалиста* по социальной работе, психологически они характеризуются прежде всего *альтруистической, гуманистической направленностью, преимущественно нравственной мотивацией*. Основная характеристика профессионалов в социальной сфере, выбравших своим жизненным предназначением оказание профессиональной социальной помощи, – *милосердие, деятельная любовь к людям*.

В социальной работе, как и в других профессиях, формируется внутренняя *структура профессиональной группы*. Рядовыми социальными работниками являются люди, имеющие среднее специальное образование. Специалистом по социальной работе квалификационные требования позволяют устраиваться только лицам, получившим высшее профессиональное образование, и в зависимости от имеющегося профессионального стажа получать высшую, первую или вторую категорию. На высшей ступени профессиональной иерархии находятся *управленцы*, которые должны не только иметь высшее специальное образование, но и в зависимости от занимаемой должности стаж государственной гражданской службы РФ работы по специальности не менее 4–5 лет. Эта структура закреплена в государственных стандартах на оказание социальных услуг населению, со-

учебное пособие для вузов. М., 2005; Фирсов М. В., Шапиро Б. Ю. Профессионально-образовательная программа подготовки социального работника. М., 1992; Холостова Е. И. Генезис социальной работы в России. М., 1995; и др.

¹ Энциклопедия социальной работы. В 3 т. М., 1993.

державших перечень требований к уровню подготовки и профессионализму работников, предоставляющих данную конкретную услугу.

За последние 20 лет социальная работа как профессия активно проходила все этапы институционализации, начиная от возникновения в начале 1990-х гг. общественных потребностей в специализации этой деятельности до более эффективного удовлетворения общественных нужд в рамках организации системной разнопрофильной деятельности органов социальной защиты населения. Сегодня можно говорить о формировании специальных требований, норм и стандартов, характеризующих данную профессию, о становлении практики профессиональной образовательной подготовки специалистов для работы в этой сфере в рамках высших учебных заведений.

Но можно отметить и ряд проблем, существенных противоречий, характерных как для России в целом, так и для Урала в частности. Консерватизм и инерция старого мировоззрения, связанного с деятельностью служб социальной поддержки граждан, сегодня являются препятствием для развития профессионализации социальной работы, осложняют ее переход на новый этап своего развития. Сформировавшиеся к концу XX в. профессиональные ассоциации формально заявлены, но на региональном уровне не функционируют. Отсутствует внутренний профессиональный контроль за уровнем и качеством деятельности в этой сфере. Серьезная проблема – *отсутствие четкого законодательного закрепления правового статуса социального работника*, обеспечивающего нормативную защищенность всех представителей этой профессии. В итоге социальные работники оказываются между дилеммой: с одной стороны – государство («я обещаю»), с другой – клиент («государство мне должно, дай, дай»). Сам же социальный работник вынужден действовать в правовом смысле на ощупь, на свой страх и риск¹. Медленно решаются и проблемы социальной защиты социальных работников – особенно в области доходов и социальных льгот. Поэтому ситуа-

¹ Кожамкулова Л. Л., Судакова Г. Г. Статус профессии «социальный работник» в Казахстане: желаемое и действительное. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.atso.kz/modules/editor/editor/wysiwygpro/>.

ция, жестко определенная в формуле *бедные защищают и помогают бедным*, медленно меняется по обоим своим компонентам.

Несмотря на выше обозначенные проблемы, на текущий момент профессиональная деятельность в сфере социальной работы стандартизирована в строгом соответствии с федеральными законами РФ. Разработана и утверждена целая серия национальных стандартов РФ по социальному обслуживанию населения. Сфера деятельности специалистов по социальной работе является довольно широкой: все государственные службы, общественные организации, учреждения системы социальной защиты населения, здравоохранения, армии, правоохранительных органов, образования и т. д.

Институционализация относительно новой профессии (социальная работа) происходила в условиях, когда в целом менялась социально-профессиональная структура российского социума. К сожалению, сегодня исследований собственно социально-профессиональной структуры немного, и большинство из них не ставят перед собой задачи полномасштабной кодификации многочисленных занятий с учётом российских реалий¹. Все острее становится проблема по перекодировке действовавшей системы классификации занятий ISCO-88². Но предлагаемые варианты перекодировки ISCO-88 фактически не затрагивают профессию *социальная работа*. Не очень серьезно продвигают в анализе тенденций развития данной профессии и данные федеральной статистики. Заметны изменения, отражающие *сервизацию* экономики и становление индустрии услуг, развитие доли занятых в социальной сфере. Но более четко определить, какова динамика профессионально занятых социальной работой, затруднительно: они (табл. 3) разделены по трем графам и статистически их объединить нельзя. Поэтому в этих условиях наиболее целесообразно исходить из региональной статистики.

¹ Шкаратан О. И. Социально-экономическое положение и поведение профессионалов и менеджеров в сфере занятости. М., 2006; Шкаратан О. И., Ястребов Г. А. Социально-профессиональная структура и ее воспроизводство в современной России: предварительные итоги представительного опроса экономически активного населения России 2006 г. М., 2007.

² ISCO-88 модифицировал классификации ISCO-58, ISCO-68 и соотносил занятия (jobs) с типом работы, которая выполняется или должна выполняться с учетом: а) *специфики заданий и обязанностей*, связанных с этими занятиями; б) *значимыми навыками*, необходимыми для выполнения формальных и практических требований конкретного занятия; Аникин В. А. К социально-профессиональной структуре России: методология перекодировки ISCO-88: сборник работ аспирантов ГУ ВШЭ. М., 2008. С. 5-30.

Таблица 3

Среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности

Вид деятельности	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	13,9	13,1	12,5	11,8	11,2	11,1	10,6	10,2	9,8
Рыболовство, рыбоводство	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Добыча полезных ископаемых	1,7	1,8	1,8	1,7	1,6	1,6	1,6	1,5	1,5
Обрабатывающие производства	19,1	18,8	18,4	18,1	17,7	17,2	16,9	16,7	16,3
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2,9	3,0	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,8	2,8
Строительство	6,7	6,7	6,8	6,9	7,1	7,4	7,6	7,8	8,0
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспорта, бытовых изделий	13,7	14,6	15,1	15,8	16,3	16,6	16,8	17,2	17,6
Гостиницы и рестораны	1,5	1,5	1,6	1,7	1,7	1,7	1,8	1,9	1,9
Транспорт и связь	7,8	7,9	7,8	7,9	8,0	8,0	8,1	8,0	8,0
Финансовая деятельность	1,0	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,7
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	7,0	7,2	7,5	7,4	7,3	7,3	7,4	7,4	7,5
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	4,8	4,7	4,8	5,0	5,2	5,2	5,2	5,3	5,4
Образование	9,3	9,2	9,2	9,2	9,2	9,0	8,9	8,9	8,7
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	6,8	6,7	6,7	6,8	6,8	6,8	6,8	6,8	6,8
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	3,6	3,5	3,6	3,5	3,5	3,7	3,8	3,8	3,8

3.2. СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ПРАКТИЧЕСКАЯ СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В российской практике сектор НКО развивается достаточно проблемно. По данным государственной статистики на 01.01.2009 г., в Российской Федерации 123406 общественных объединений, из которых только 1704 благотворительных общественных движений и фондов, 73212 некоммерческих организаций, 254 из которых являются филиалами и представительствами международных организаций, иностранных некоммерческих неправительственных организаций¹. Это крайне мало для страны, в которой проживает 141,9 млн человек. Поэтому в российских реалиях основным местом трудоустройства молодых специалистов по социальной работе сегодня являются государственные учреждения. В нашей области они входят в структуру Министерства социальной защиты.

С 1997 г. система социальной защиты населения в Свердловской области претерпела существенную реорганизацию. Управления, осуществляющие функции социальной защиты населения на территории областных городов (районов), изменили не только свой правовой статус, но и существенно трансформировали структуру, расширили штаты. Данные изменения были вызваны не только внутренними потребностями и сущностными процессами развития института социальной работы, но и политическими преобразованиями 90-х гг. XX века, обострением социально-экономической ситуации. В постперестроечный период в разряд *слабо защищенных*, помимо пенсионеров, попали такие категории населения, как безработные, переселенцы, беженцы, участники локальных вооруженных конфликтов. По мере обострения экономической ситуации социальная поддержка государства потребовалась многодетным и неполным семьям, детям-инвалидам, работникам бюджетной сферы – всем тем, чьи доходы оказались ниже прожиточного уровня. Реорганизация политической системы потребовала определения статуса жертв политических репрессий, ветеранов подразделений особого риска, лиц, подвергшихся воздействию радиации, узников фашизма и

¹ Россия в цифрах. 2009: крат. стат. сб. М., 2009. С. 62.

т. д. Сегодня численность граждан, имеющих право на получение мер социальной поддержки, включенных в федеральный и областной регистры, составляет (данные на 01.06.2010) 851,7 тыс. человек, в том числе в федеральном регистре – 408,8 тыс. человек, в областном – 442,9 тыс. человек.

В 1998 г. в соответствии с Указом Губернатора Свердловской области от 3-го февраля 1998 г. № 31 «Об образовании территориальных отраслевых органов исполнительной власти в системе социальной защиты населения Свердловской области» началось формирование вертикали государственных отраслевых органов исполнительной власти – территориальных управлений социальной защиты населения. Главы муниципальных образований, в чьем ведении находились управления социальной защиты населения, в соответствии с Федеральным законом «О местном самоуправлении в Российской Федерации» передали их в подчинение Главному управлению социальной защиты населения Свердловской области, которое в соответствии с Указом Губернатора от 23 июля 1998 г. № 320 (в редакции от 15 марта 1999 г.) «О структуре исполнительной власти Свердловской области» преобразовано в Министерство социальной защиты населения Свердловской области.

Сегодня Министерство социальной защиты населения Свердловской области (далее министерство) входит в структуру Правительства Свердловской области и является исполнительным органом государственной власти области. Министерство действует в соответствии с положением, утвержденным Постановлением Правительства Свердловской области от 23 июня 2008 г. № 630-ПП «Об утверждении положения о Министерстве социальной защиты населения Свердловской области». Сегодня министерство возглавляет заместитель председателя Правительства Свердловской области министр социальной защиты населения В. А. Власов.

В министерстве сосредоточен весь комплекс полномочий по социальной защите и социальному обслуживанию жителей области. Выстроена единая

функционально-структурная модель, включающая¹ 61 территориальное управление социальной защиты, 168 учреждений социального обслуживания населения, в том числе 33 учреждения стационарного социального обслуживания, 76 учреждений социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов, 59 учреждений социального обслуживания семьи и детей.

Управления социальной защиты населения являются юридическими лицами, имеют самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в учреждениях банков, имущество на праве оперативного управления. Финансирование управлений социальной защиты населения осуществляется из областного бюджета в пределах сметы расходов на их содержание. В настоящее время сложилась определенная структура управлений социальной защиты населения, направленная на удовлетворение жизненно важных потребностей населения в обеспечении мерами социальной поддержки, предоставлении социальных гарантий, льгот, пособий, социальных услуг. Вопросы пенсионного обеспечения, ранее входившие в компетенцию органов социальной защиты населения, в первом квартале 2001 г. в соответствии с Указом Президента России от 27.09.2000 № 1709 «О мерах по совершенствованию управлением государственным пенсионным обеспечением в Российской Федерации» переданы Отделению пенсионного фонда РФ по Свердловской области.

Управления созданы в каждом муниципальном образовании, однако ряд управлений выполняет государственные функции на территории нескольких муниципальных образований. В то же время в таких крупных городах, как Екатеринбург и Нижний Тагил, управления соцзащиты функционируют в каждом районе. Основные задачи управлений социальной защиты населения:

- организация государственной системы социального обслуживания на территории муниципального образования, содействие ее развитию, а также созданию и развитию муниципальных, частных и иных служб, осуществляющих социальное обслуживание населения;

¹ По состоянию на 01.07.2009 г.

- организация и внедрение новых форм и видов натуральной помощи (в том числе адресной, гуманитарной) социально незащищенным слоям населения; организация технической помощи инвалидам, обеспечение их средствами передвижения, средствами, облегчающими жизнь и быт инвалидов;

- организация социальной поддержки семьи, материнства, отцовства и детства, пожилых граждан и ветеранов;

- организация приема граждан по вопросам социальной защиты населения.

Согласно национальным стандартам социального обслуживания населения тип учреждения социального обслуживания определяется условиями и формами предоставления социальных услуг.

В зависимости от этих критериев учреждения подразделяются на два основных вида:

- 1) учреждения стационарного социального обслуживания, предоставляющие социальные услуги в стационарных условиях, т. е. в условиях постоянного, временного (сроком до шести месяцев) и пятидневного в неделю проживания клиентов;

- 2) учреждения нестационарного социального обслуживания, предоставляющие социальные услуги в течение определенного времени суток пребывания клиентов в учреждениях.

В Свердловской области функционируют 76 нестационарных учреждений – *центров социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов*. Предметом их деятельности является осуществление комплексного социального обслуживания населения. Клиенты учреждений – инвалиды, граждане, уволенные с военной службы, а также члены их семей, граждане пожилого возраста, лица, находящиеся в трудной жизненной ситуации, в том числе лица БОМЖ, а также освобождающиеся из мест лишения свободы.

Данными учреждениями оказываются следующие виды социального обслуживания: материальная помощь; срочное социальное обслуживание (в том числе работа мобильных бригад); социальное обслуживание на дому; консульта-

тивная помощь; предоставление временного приюта; социальное обслуживание в дневное время; комплексная реабилитация инвалидов в отделениях социальной реабилитации; услуги «социального такси»; предоставление во временное пользование технических средств реабилитации. Учреждения имеют в своей структуре (в зависимости от потребности территории – полностью или выборочно) следующие отделения: отделения социального обслуживания на дому граждан пожилого возраста и инвалидов; отделения срочного социального обслуживания и консультативной помощи; пункты проката технических средств реабилитации (предоставление во временное пользование технических средств реабилитации, адаптации и ухода для инвалидов); отделения дневного пребывания; отделения временного проживания; социально-реабилитационные отделения (для инвалидов).

Сегодня в реальную практику социальной работы в Свердловской области внедряются *инновационные методы*. Важной задачей *центров социального обслуживания населения* является профилактика и раннее выявление тех, кто оказался в трудной жизненной ситуации, своевременное оказание гражданам необходимой помощи с привлечением специалистов различных ведомств для успешного преодоления трудной жизненной ситуации, повышение доступности и качества социальной помощи. С этой целью при центрах создана участковая служба.

Принцип организации работы *участкового специалиста* заключается в закреплении за ним определенной территории (участка), на которой работник:

- выявляет и учитывает граждан, нуждающихся в социальной помощи и патронаже;
- осуществляет социальный мониторинг, ведет паспорт участка, отдельные разделы которого содержат информацию о действующих на территории участка учреждениях и организациях, предоставляющих населению различные виды услуг, в том числе экстренную помощь. Эти сведения помогают специалисту оперативно решать вопросы, связанные с оказанием социальной поддержки гражданам, попавшим в трудную жизненную ситуацию;

- организует своевременное оказание гражданам, оказавшимся в социально опасном положении или находящимся на стадии раннего социального неблагополучия, необходимой помощи с привлечением специалистов различных ведомств (в том числе на основе соглашений о межведомственном взаимодействии);
- информирует население о деятельности учреждения, участвуя в формировании положительного имиджа учреждения;
- проводит работу по снижению риска возникновения трудных жизненных ситуаций посредством формирования благоприятной социальной среды для граждан (работа с общественными организациями, деятельность клубов и кружков по интересам);
- осуществляет взаимодействие в решении вопросов по раннему выявлению проблем и оказанию помощи гражданам, нуждающимся в социальной поддержке, с ведомствами, службами и общественными организациями, находящимися на территории муниципальных образований – учреждениями здравоохранения, образования, культуры, системы жилищно-коммунального хозяйства, органов внутренних дел, службой занятости населения, другими учреждениями и организациями.

В работу отделений социального обслуживания на дому внедрен *бригадный метод обслуживания* (рис. 4), позволяющий сократить время на предоставление услуг, увеличить их качество, эффективно использовать в работе бытовую технику, автомобили и пр. Бригады осуществляют значительные по временным затратам и трудоемкие работы по уборке помещений, некоторые ремонтные работы в жилых помещениях, развозят питьевую воду по маршруту, осуществляют мелкий ремонт бытовой техники. Как правило, создаются бригады с узконаправленной специализацией, например, отдельные бригады проводят уборку жилых помещений, оформляют талоны на прием к врачам, запрашивают и получают рецепты, закупают лекарства и доставляют их клиентам. За счет применения бригад более рационально и эффективно используются силы и средства учреждений.



Рис. 4. Основные социальные услуги, предоставляемые клиентам с использованием в работе бригадного метода

Также в учреждениях созданы мобильные бригады при отделениях срочной социальной помощи, повышающие доступность и оперативность оказания неотложной помощи гражданам, находящимся в трудной жизненной ситуации. Такие бригады действуют с использованием автотранспорта, основными формами их работы являются рейды по местам потенциального нахождения лиц БОМЖ, а также выезд по поступающим в учреждение сигналам, оказание неотложной помощи.

Организация социального обслуживания гражданина как динамического процесса его *социальной реабилитации* ориентирована на положительный результат в изменении социального статуса клиента, на активизацию собственного потенциала человека при решении имеющихся проблем. Организация социального обслуживания как процесс социальной реабилитации предполагает:

- определение ограничений жизнедеятельности конкретного гражданина;
- планирование реабилитационных мероприятий, включающих оказание социальных услуг в рамках различных видов социального обслуживания;
- оценку эффективности принимаемых мер по социальной реабилитации клиента.

На сегодняшний день во всех учреждениях социального обслуживания работа с клиентом организуется на основании *карты социальной реабилитации*

(КСР), форма и методика работы с которой разработаны Министерством социальной защиты населения Свердловской области. Данная карта позволяет проводить реабилитацию клиента по индивидуальному плану, а также осуществлять его непрерывное сопровождение при направлении на дальнейшую реабилитацию в иные учреждения.

Потребность гражданина в тех или иных видах социального обслуживания, а также перечень и объемы необходимых социальных услуг определяются исходя из карты социальной реабилитации (КСР). КСР содержит *индивидуальный план* мероприятий по социальной реабилитации гражданина, составляемый с учетом характера трудной жизненной ситуации, а также наличия у клиента собственных возможностей для активного участия в процессе социальной реабилитации.

Указанная работа создает предпосылки для дальнейшего развития системы предоставления социального обслуживания по принципу *социального контракта*: с определением минимально необходимого и достаточного объема государственной помощи и обязательств самого гражданина по участию в процессе преодоления своей трудной жизненной ситуации.

В городах Североуральск, Сухой Лог, Ирбит расположены *пункты социальной помощи на базе модульных зданий*. Основные их функции:

- прием и учет лиц, находящихся в трудной жизненной ситуации и социально опасном положении, первичная оценка положения гражданина, определение видов и объемов необходимой помощи;
- консультирование граждан по вопросам социально-бытового и социально-медицинского обеспечения жизнедеятельности, социально-правовой защиты, направленное на их психологическую поддержку и активизацию усилий в решении существующих проблем;
- содействие в организации экстренной медико-психологической помощи;
- оказание материальной помощи в натуральном виде;

- предоставление услуг пункта обогрева для лиц без определенного места жительства;
- участие в планировании и реализации процедур социальной реабилитации граждан;
- участие в предоставлении лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации, помощи в рамках реализации добровольческих и благотворительных инициатив;
- взаимодействие с государственными и муниципальными службами, предприятиями и организациями различных форм собственности в решении вопросов по оказанию срочной социальной помощи;
- использование пункта как места экстренной эвакуации граждан и семей, пострадавших при пожарах, в случаях аварийного выхода из строя систем отопления жилого сектора, при чрезвычайных ситуациях природного и техногенного характера.

Организационно-методический центр социальной помощи имеет следующие отделения: отделение профилактики социального неблагополучия, отделение социальной адаптации граждан, освободившихся из мест лишения свободы, отделение поддержки гражданских инициатив, организационно-методическое отделение, консультативное отделение.

Данное учреждение функционально решает следующие задачи:

- развивает методическую базу деятельности областных учреждений посредством разработки и внедрения инновационных технологий и концепций социального обслуживания;
- осуществляет мониторинг, координацию работы, методическое и практическое содействие центрам социального обслуживания в оказании помощи гражданам, находящимся в трудной жизненной ситуации, социальной реабилитации представителей *проблемных категорий* населения (БОМЖ и освободившиеся из мест лишения свободы);

- повышает эффективность функционирования на территории Свердловской

области системы межведомственного взаимодействия по вопросам профилактики социального неблагополучия, социальной реабилитации представителей *проблемных категорий* населения (БОМЖ и освободившиеся из мест лишения свободы);

- осуществляет системную работу по мониторингу и развитию благотворительности, добровольческого движения в Свердловской области, организацию социально значимых областных мероприятий; проводит анализ и прогнозирование социальных процессов с целью выработки предложений по совершенствованию системы социальной защиты населения.

В том числе центр *ведёт банк данных* граждан, нуждающихся в социальной помощи, из числа лиц БОМЖ и освобождающихся из мест лишения свободы, координирует работу социальных служб в рамках реализации *технологии социальный лифт*, осуществляет методическое сопровождение учреждений социальной защиты, участвует в формировании и развитии системы взаимодействия федеральных, областных, муниципальных, общественных и иных организаций и структур в вопросах социальной реабилитации граждан, освободившихся из мест лишения свободы, и лиц БОМЖ, а также в разработке и реализации программ развития добровольческого движения, социальных проектов; работает на цели популяризации добровольческого и благотворительного движения. На базе центра организуются и проводятся профессиональные тренинги, семинары, конференции, круглые столы и т. д.

К *специализированным учреждениям социального обслуживания* в Свердловской области относятся дом ночного пребывания, центры социального обслуживания ветеранов боевых действий и членов их семей, областной центр реабилитации инвалидов.

Дом ночного пребывания (г. Екатеринбург) – учреждение социального обслуживания, в котором предоставляется материальная помощь, срочное социальное обслуживание, консультационная помощь, временный приют для лиц без

определённого места жительства. Услуги оказываются на основании личного заявления гражданина. Установленный законодательством срок пребывания в учреждении до 6 месяцев. В течение этого периода гражданину предоставляется помощь в комплексном восстановлении социального статуса гражданина. Например, содействие в получении документов, удостоверяющих личность, оформлении инвалидности и пенсии по инвалидности, социальной пенсии, поиск родственников, помощь в трудоустройстве, в решении вопроса дальнейшего проживания и т. д.

Центры социального обслуживания ветеранов боевых действий и членов их семей (Серов, Нижний Тагил) – учреждения социального обслуживания ветеранов боевых действий и членов их семей, а также уволенных с военной службы – предоставляют консультационную, социально-психологическую помощь гражданам; проводят социально значимые мероприятия, направленные на патриотическое воспитание молодёжи, увековечивание памяти погибших воинов, ветеранов войн.

Областной центр реабилитации инвалидов – учреждение социального обслуживания инвалидов, представляющее услуги по социально-педагогической, социально-психологической, социально-бытовой, социально-трудовой, медицинской реабилитации инвалидов, а также реабилитации методами спорта, искусства и культуры. В том числе в центре реализуются *программы психологической реабилитации*, проводятся обучение пользованию бытовыми приборами, клубная работа, реабилитация живописью, функционирует интернет-класс, предоставляется массаж, ЛФК. Центр работает в режиме дневного и круглосуточного пребывания.

Стационарное социальное обслуживание в Свердловской области предоставляется в следующих учреждениях: 19 домах-интернатах (пансионаты) общего типа для граждан пожилого возраста и инвалидов, 3 детских домах-интернатах, 10 психоневрологических интернатах, Камышловском профессиональном училище–интернате. Основной задачей учреждений стационарного социального обслуживания является создание *доступной и комфортной среды*

жизнедеятельности для граждан пожилого возраста и инвалидов, соответствующей их возрасту и состоянию здоровья, а также проведение мероприятий по социально-трудовой реабилитации инвалидов и интеграции их в общество.

Помещение в стационарные учреждения производится по направлению территориальных управлений социальной защиты населения на основе заявления гражданина или по решению органов опеки и попечительства в случае, если гражданин лишён ухода и поддержки со стороны родственников или иных законных представителей и при этом не способен самостоятельно удовлетворять свои жизненные потребности, нуждается по состоянию здоровья в постоянном уходе и наблюдении.

Дома-интернаты или пансионаты общего типа для граждан пожилого возраста и инвалидов – социально-медицинские учреждения, предназначенные для постоянного проживания граждан пожилого возраста (мужчин старше 60 лет и женщин старше 55 лет), инвалидов первой и второй групп (старше 18 лет), частично или полностью утративших способность к самообслуживанию и нуждающихся в постоянном уходе.

В структуру данных учреждений, как правило, входят отделения: отделения общего типа, отделения «Милосердие» для проживания тяжелобольных граждан, требующих постоянного ухода.

Психоневрологический интернат – социально-медицинское учреждение, предназначенное для постоянного проживания и обслуживания граждан пожилого возраста (мужчин старше 60 лет и женщин старше 55 лет) и инвалидов (старше 18 лет), страдающих хроническими психическими заболеваниями и нуждающихся в постоянном постороннем уходе, обеспечивающее создание соответствующих их возрасту и состоянию здоровья условий жизнедеятельности, проведение мероприятий медицинского, социального характера, питание и уход, а также организацию посильной трудовой деятельности, отдыха и досуга.

Камышовское профессиональное училище-интернат – образовательное учреждение начального профессионального образования для инвалидов. Учре-

ждение предоставляет образовательные услуги для инвалидов по профессиям обувщик, портной. Имеется общежитие. Срок обучения – 2 года.

В Свердловской области функционируют *57 учреждений социального обслуживания семьи и детей*. В Свердловской области представлены следующие типы учреждений социального обслуживания семьи и детей: специализированные учреждения для несовершеннолетних, нуждающихся в социальной реабилитации; социально-бытовые (уборка помещений, стирка белья, диетическое питание); учреждения для обслуживания детей с ограниченными возможностями; учреждения социального обслуживания семьи и детей.

К специализированным учреждениям для несовершеннолетних, нуждающихся в социальной реабилитации в соответствии с Федеральным законом от 24 июня 1999 г. № 120-ФЗ «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних» относятся:

- социально-реабилитационные центры для несовершеннолетних;
- социальные приюты для детей;
- центры помощи детям, оставшимся без попечения родителей.

Сегодня в Свердловской области функционируют 3 детских дома-интерната, 25 социально-реабилитационных центра для несовершеннолетних, 6 реабилитационных центров для детей и подростков с ограниченными возможностями, 25 центров социальной помощи семье и детям, 1 социальный приют для детей.

Социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних – специализированное учреждение, создаваемое в системе социальных служб органов социальной защиты населения субъектов Российской Федерации. Основными задачами таких центров являются профилактика безнадзорности и беспризорности, обеспечение временного проживания, социальная помощь и реабилитация несовершеннолетних, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Несовершеннолетние, содержащиеся в стационарном отделении центра, находятся на полном государственном обеспечении. В центры круглосуточно принимаются в установленном порядке несовершеннолетние в возрасте от 3 до 18 лет: оказав-

шиеся без попечения родителей или законных представителей; проживающие в семьях, находящихся в социально опасном положении; заблудившиеся или подкинутые; самовольно покинувшие семью, самовольно ушедшие из образовательных учреждений для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, или других детских учреждений, за исключением лиц, самовольно ушедших из специальных учебно-воспитательных учреждений закрытого типа; не имеющие места жительства, места пребывания и (или) средств к существованию; оказавшиеся в иной, трудной жизненной ситуации и нуждающиеся в социальной помощи и (или) реабилитации.

Несовершеннолетние обслуживаются в центре в течение времени, необходимого для оказания им социальной помощи и (или) их социальной реабилитации и решения вопросов их дальнейшего устройства в соответствии с федеральным и областным законодательством. Основания помещения несовершеннолетнего в центр следующие: его личное обращение; заявление родителей несовершеннолетнего (законных представителей) с учетом мнения несовершеннолетнего, достигшего возраста десяти лет, за исключением случаев, когда учет мнения несовершеннолетнего противоречит его интересам; направление органа управления социальной защиты населения или согласованное с этим органом ходатайство должностного лица органа или учреждения системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних; постановление лица, производящего дознание, следователя, прокурора или судьи в случае задержания, ареста или осуждения родителей или законных представителей несовершеннолетнего; акт оперативного дежурного районного, городского отдела (управления) внутренних дел закрытого административно-территориального образования, отдела (управления) внутренних дел на транспорте о необходимости помещения несовершеннолетнего в специализированное учреждение для несовершеннолетних, нуждающихся в социальной реабилитации.

В состав центра, как правило, входят следующие структурные подразделения: приемное отделение; группа длительного пребывания; отделение профилактики безнадзорности; социальная гостиница; семейная воспитательная группа;

отделение диагностики и социальной реабилитации; отделение правовой помощи; отделение перевозки несовершеннолетних; иные подразделения, необходимые для реализации основных задач. Основными социальными услугами, которые оказываются несовершеннолетним, являются:

- обеспечение временного проживания несовершеннолетних, оказавшихся в трудной жизненной ситуации;
- участие в выявлении и устранении причин, способствующих безнадзорности и беспризорности несовершеннолетних;
- оказание помощи в восстановлении социального статуса несовершеннолетних в коллективах сверстников по месту учебы, работы, жительства, содействие возвращению несовершеннолетних в семьи;
- оказание социальной, психологической и иной помощи несовершеннолетним, их родителям (законным представителям) в преодолении трудной жизненной ситуации;
- разработка и реализация программы социальной реабилитации несовершеннолетних, направленной на выход из трудной жизненной ситуации;
- организация медицинского обслуживания и обучения несовершеннолетних, содействие их профессиональной ориентации и получению ими специальности;
- обеспечение защиты законных прав и интересов несовершеннолетних;
- содействие органам опеки и попечительства в устройстве несовершеннолетних, оставшихся без попечения родителей;
- уведомление родителей несовершеннолетних (их законных представителей), органов опеки и попечительства о нахождении несовершеннолетних в центре; оказание социально-психологической помощи семьям с целью возвращения ребенка в семью, обеспечение соблюдения его прав в семье.

Социальный приют для детей – специализированное учреждение, создаваемое в системе социальных служб органов социальной защиты населения субъектов Российской Федерации. Основными задачами приюта являются обеспече-

ние временного проживания, социальная помощь и реабилитация несовершеннолетних, оказавшихся в трудной жизненной ситуации и нуждающихся в экстренной социальной помощи государства, а также способствование устранению кризисной ситуации в родной семье и возвращение в нее ребенка, в случае невозможности – определение ребенка в замещающую семью.

В состав приюта входят следующие структурные подразделения: приемное отделение; стационарное отделение; социальная гостиница; семейная воспитательная группа; отделение диагностики и социальной реабилитации; отделение социально-правовой помощи; отделение перевозки несовершеннолетних и т. д. Сотрудники приюта осуществляют совместно с органами и учреждениями образования, здравоохранения, внутренних дел и другими организациями мероприятия по выявлению детей, нуждающихся в экстренной социальной помощи; обеспечивают временное проживание несовершеннолетних, оказавшихся в трудной жизненной ситуации; оказывают социальную, психологическую и иную помощь несовершеннолетним, их родителям (законным представителям) в преодолении трудной жизненной ситуации, восстановлении социального статуса несовершеннолетних в коллективах сверстников, по месту учебы, работы, жительства, содействии возвращению несовершеннолетних в семьи; обеспечивают защиту законных прав и интересов несовершеннолетних; организуют медицинское обслуживание и обучение несовершеннолетних, находящихся в приюте; содействуют органам опеки и попечительства в устройстве несовершеннолетних, оставшихся без попечения родителей; уведомляют родителей несовершеннолетних (их законных представителей), органы опеки и попечительства о нахождении несовершеннолетних в приюте; оказывают социально-психологическую помощь семьям с целью возвращения ребенка в семью, обеспечения соблюдения его прав в семье; решают реабилитационные задачи в досуговой деятельности с детьми, оказавшимися в трудной жизненной ситуации.

К учреждениям для обслуживания детей с ограниченными возможностями относятся: детские дома-интернаты для детей с серьезными нарушениями в интеллектуальном развитии или с физическими недостатками (стационарное со-

циальное обслуживание); реабилитационные центры для детей с ограниченными возможностями (нестационарное социальное обслуживание).

Детский дом-интернат для детей с серьезными нарушениями в интеллектуальном развитии – учреждение, предназначенное для постоянного, временного (до шести месяцев), пятидневного в неделю проживания и дневного пребывания детей в возрасте от 4 до 18 лет с отклонениями в умственном развитии, нуждающихся по состоянию здоровья в уходе, бытовом и медицинском обслуживании, а также в социально-трудовой реабилитации, обучении и воспитании. Основными задачами детского дома-интерната являются: материально-бытовое обеспечение воспитанников, создание для них благоприятных условий жизни, организация ухода (надзора) и оказание им медицинской помощи; осуществление мероприятий, направленных на социально-трудовую адаптацию и реабилитацию воспитанников. В соответствии с основными задачами детский дом-интернат предоставляет своим воспитанникам социально-педагогические, реабилитационные услуги. Основными социальными услугами являются:

- прием детей и активное содействие их адаптации в новой обстановке и жизни коллектива;
- бытовое обслуживание воспитанников, предоставление им благоустроенного жилья с мебелью и инвентарем, постельных принадлежностей, одежды и обуви;
- организация рационального питания с учетом возраста, состояния здоровья;
- диспансеризация, лечение, организация консультативной помощи специалистов, а также госпитализация больных с участием лечебно-профилактических учреждений;
- проведение санитарно-гигиенических, противоэпидемических мероприятий;

- организация образования и физического воспитания детей с учетом их возраста, состояния здоровья, физических возможностей и умственных способностей;
- трудовое обучение детей с серьезными нарушениями в интеллектуальном развитии в объемах специальных программ.

Основанием для помещения в дом-интернат является путевка, выданная органом социальной защиты населения субъекта Российской Федерации или органом местного самоуправления. В состав *дома-интерната* могут входить следующие структурные подразделения: приемное отделение; отделение медико-социальной реабилитации; отделение милосердия; группа дневного пребывания, отделение психолого-педагогической помощи; отделение социально-трудовой реабилитации; отделение социально-консультативной помощи.

Детский дом-интернат для детей с физическими недостатками – учреждение, предназначенное для постоянного, временного (до 6 месяцев) и 5-дневного в неделю проживания и дневного пребывания детей, нуждающихся в уходе, бытовом и медицинском обслуживании, а также в социально-трудовой реабилитации с одновременным обучением их по программе общеобразовательной школы. В детский дом-интернат принимаются дети с нарушениями опорно-двигательного аппарата, с сохранным интеллектом в возрасте от 4 до 18 лет, нуждающиеся по состоянию здоровья в постоянном уходе, бытовом обслуживании и медицинской помощи. Основными задачами детского дома-интерната являются: материально-бытовое обеспечение и обучение воспитанников, создание для них благоприятных условий жизни, организация ухода и оказание им медицинской помощи; осуществление мероприятий, направленных на социально-трудовую адаптацию и реабилитацию воспитанников, а также их подготовку к получению специальности в соответствии с медицинскими показаниями, прием детей и активное содействие их адаптации в новой обстановке и жизни коллектива. В таких интернатах организовано бытовое обслуживание воспитанников, рациональное питание с учетом возраста и состояния здоровья, диспансеризация, лечение, реабилитация, организация консультативной помощи специалистов, а

также госпитализация больных с участием лечебно-профилактических учреждений, проводятся санитарно-гигиенические и противоэпидемические мероприятия, общеобразовательная подготовка и трудовое обучение детей в объеме учебных программ, планов, разработанных с учетом медико-педагогических рекомендаций.

Реабилитационный центр для детей с ограниченными возможностями – учреждение государственной системы социальной защиты населения, предназначенное для социальной реабилитации детей с отклонениями в умственном и физическом развитии в возрасте от рождения до 18 лет, а также семей, в которых дети воспитываются. Основными задачами центра являются:

- выявление в районе, обслуживаемом центром, детей с ограниченными возможностями, проживающих в семьях, создание компьютеризированной базы данных о таких детях;

- сбор информации об основном диагнозе, исходном состоянии здоровья ребенка, его реабилитационном потенциале, а также сведений о его семье; разработка на основании типовых базовых программ индивидуальной программы реабилитации каждого ребенка с ограниченными возможностями;

- обеспечение реализации указанных программ и координация в этих целях совместных действий медицинских, образовательных, социальных, физкультурно-оздоровительных, спортивных и иных учреждений, способствующих реабилитации детей;

- оказание помощи семьям, воспитывающим детей с отклонениями в развитии, в их социальной реабилитации, проведении реабилитационных мероприятий в домашних условиях; социально-реабилитационная работа.

В состав центра могут входить следующие структурные подразделения: отделение диагностики и разработки программ социальной реабилитации; отделение медико-социальной реабилитации, предназначенное для организации поэтапного выполнения индивидуальных программ социальной реабилитации детей в части медико-социальных и медико-консультативных мероприятий; отделение психолого-педагогической помощи, предназначенное для организации по-

этапного выполнения индивидуальных программ социальной реабилитации детей в части социально-психологических и социально-педагогических мероприятий; отделение дневного пребывания, предназначенное для реализации индивидуальных программ социально-медицинской, социально-психологической, социально-педагогической реабилитации детей в дневное время в условиях центра в период, установленный программой; стационарное отделение, предназначенное для реализации программ социально-медицинской реабилитации детей в условиях круглосуточного пятидневного их пребывания в центре.

Центр социальной помощи семье и детям – учреждение, предназначенное для оказания семьям, детям и отдельным гражданам, попавшим в трудную жизненную ситуацию, помощи в реализации законных прав и интересов, в улучшении их материального и социального положения, а также психологического статуса. Специалисты центров осуществляют мониторинг социальной и демографической ситуации, уровня социально-экономического благополучия семьи и детей; выявляют и учитывают семьи и детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, нуждающихся в социальной поддержке; определяют и периодически предоставляют (постоянно, временно, на разовой основе) необходимые семье и детям конкретные виды социальных услуг (социально-бытовые, социально-медицинские, социально-психологические, социально-педагогические, социально-экономические, социально-правовые); поддерживают семьи с детьми и отдельных граждан в решении проблем их самообеспечения, реализации собственных возможностей по преодолению сложных жизненных ситуаций; организуют социальную реабилитацию детей с ограниченными умственными и физическими возможностями; принимают участие в работе по профилактике безнадзорности, социального сиротства несовершеннолетних, защите их прав. В состав центра могут включаться следующие структурные подразделения: организационно-методическое отделение; отделение приема граждан; консультативное отделение; отделение психолого-педагогической помощи; отделение помощи женщинам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации; отделение профилактики безнадзорности, социального сиротства несовершеннолетних; отделение дневного

пребывания несовершеннолетних; отделение реабилитации несовершеннолетних с ограниченными умственными и физическими возможностями; стационарное отделение; отделение срочного социального обслуживания; отделение социально-психологического патронажа семей.

С 2008 г. открываются *социальные поликлиники* на базе областных центров социальной помощи семье и детям. На настоящий момент эта технология работает в Артёмовском городском округе, Ирбите, городских округах городов Красноуральск, Качканар, Лесной, Нижнетуринском городском округе.

На текущий момент проводится оптимизация существующей сети учреждений в целях повышения качества оказываемых населению услуг, внедрения инновационных технологий социального обслуживания и оптимизации бюджетных расходов.

3.3. ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ГРУППЫ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Фактическая численность работников в Министерстве социальной защиты населения Свердловской области¹ составила 170 человек. Из них государственных служащих Свердловской области – 132 человека (руководителей 19 человек, специалистов 113 человек). Доля специалистов составляет 67 %; работников, осуществляющих техническое обеспечение деятельности министерства – 12 человек; младший обслуживающий персонал – 26 человек. Количество государственных гражданских служащих министерства, имеющих высшее образование составляет 100 %. Большинство государственных гражданских служащих министерства имеют стаж свыше 10 лет – 61 %.

В территориальных управлениях социальной защиты населения Свердловской области работает 2404 человека, из них государственных гражданских служащих – 2017 (руководителей – 276 человек; работников, осуществляющих техническое обеспечение деятельности и младший обслуживающий персонал –

¹ На 01.11. 2010 г.

381 человек). Из числа специалистов управлений имеют высшее профессиональное образование – 1379 человек, что составляет 79 %, остальные государственные служащие имеют среднее профессиональное образование. За последние 3 года отмечена позитивная тенденция – приток молодых кадров – выпускников вузов в систему социальной защиты населения. 51 % государственных гражданских служащих управлений имеют стаж свыше 10 лет.

За период с 2007 г. по 2010 г. повысился образовательный уровень государственных гражданских служащих в системе социальной защиты населения. На текущий период 81 % имеет высшее образование, специалистов без профессионального образования нет. Значительно повысился процент укомплектования кадрами из *состава кадрового резерва*. В 2010 г. 79 % должностей государственной гражданской службы в системе социальной защиты населения Свердловской области замещено из состава кадрового резерва. За период с 2005 г. при увеличении количества получателей социальных пособий и компенсаций на 88,3 %, увеличение штатной численности сотрудников территориальных управлений составило 14 %, сотрудников министерства – 6 %¹.

В рамках комплексного анализа сферы социальной работы нашего региона стоит проанализировать *профессиональное сообщество*, в частности рассмотреть кадровый состав социальных учреждений, входящих в систему органов социальной защиты, подведомственных Министерству социальной защиты населения Свердловской области. В системе социальных учреждений работает более 13 тыс. чел.; в штате – 4300 социальных работников и 1320 специалистов по социальной работе. На конец 2009 г. штатная укомплектованность ставок специалистов составляла 82 %. И это происходит в условиях, когда ситуация на рынке труда в этом году оставалась достаточно неблагоприятной в связи с мировым финансовым кризисом.

Проблема кадрового обеспечения и эффективности деятельности сотрудников является объектом внимания руководителей подразделений министерства, ответственных за данное направление. В своей работе мы используем со-

¹ Данные предоставлены МСЗН Свердловской области.

бранные в рамках управленческой деятельности выборочные данные по кадровому составу¹. В частности, из общей генеральной совокупности всех специалистов случайным образом без персонификации были отобраны данные (социально-демографические характеристики) на 813 человек (выборка случайная, ошибка не более 0,03).

Таким образом, в возрасте до 25 лет специалистами по социальной работе в Свердловской области работают 8 %, до 35 лет – 19 %, до 45 лет – 22 %, до 55 лет – 33 %, пенсионного возраста – 18 %. Средний возраст составляет 43,5 года. Возрастная структура штатного состава учреждений достаточно пропорциональна. Чуть более четверти работающих находятся в статусе молодого специалиста. С другой стороны, можно прогнозировать в ближайшее время *ситуацию вынужденного обновления штатного состава*, когда практически каждый пятый специалист может уйти на заслуженный отдых. При позитивном сценарии развития событий может произойти резкое омоложение кадрового состава, когда на работу в учреждения придут выпускники вузов, имеющие базовое образование по специальности *социальная работа*. Этот сценарий будет реален при соблюдении следующих условий: системной и целенаправленной работе с имиджем профессии с целью повышения ее престижности среди молодежи; при реализации программ по привлечению на работу в службы молодых специалистов; совместной научно-практической работе социальных служб и вузов. При негативных условиях может быть создана ситуация *кадрового голода* или увеличение недоукомплектованности штата учреждений.

В процессе институционализации профессии социальная работа в российских реалиях достаточно неоднозначно формируется профессиональное сообщество социальных работников. В Уральском регионе к середине 1990-х гг. складывалась определенная когорта профессионалов: психологов, педагогов, юристов, социологов, преподавателей, которые в силу своей деятельности с самого начала были связаны с социальной работой. Они стихийно формировали

¹ Данные предоставлены начальником отдела социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов МСЗН Свердловской области И. В. Илларионовым

представления о социальной работе, структуре и масштабах деятельности в этой сфере. В ходе активных социально-экономических изменений этого периода именно они стали первыми профессионалами, получившими первоначальную профессиональную подготовку за рубежом или на специальных семинарах и курсах, проводимых в России командой зарубежных специалистов в сфере социальной работы. Они прилагали усилия, разными путями реализовывали все формы профессионального роста (самообучение, теоретический анализ зарубежного опыта, обучение практике социальной работы по образовательным программам разных стран и т. д.). Данное профессиональное сообщество попало в очень благоприятную ситуацию. С одной стороны, они получили знания и навыки из «первых рук», а с другой, уже обладали глубокими профессиональными навыками и знанием специфики российских реалий. С начала XXI в. в результате целого ряда реорганизаций, бюрократизации системы управления, монетизации и других реформ часть профессионалов ушла в частную сферу деятельности, что затормозило процесс интенсивного развития социальной работы как профессии, профессионального сообщества, научной школы на Урале. Целый ряд институциональных изменений, в том числе реорганизация органов социальной защиты населения Свердловской области, трансформация вузов, также привели к осложнению ситуации.

В ходе исследования был проведен анализ показателей, косвенно отражающих процесс формирования профессионального сообщества в органах соцзащиты. При изучении стажа работы установлено, что двое из трех специалистов в возрасте до 25 лет работают в органах соцзащиты менее 2-х лет, каждый четвертый менее 4-х лет. Из их числа имеют высшее образование 42 % молодых специалистов, образование по профилю 46 %, соответственно вся остальная молодежь пришла в социальную сферу из других профессиональных сфер, уже попробовав свои силы на разных рабочих местах. В старших возрастных группах постепенно уменьшается число работников, имеющих небольшой стаж работы в социальных службах. Если в группе до 35 лет стаж менее 4 лет имеют 78 %, в группе до 45 лет – 59 %, в группе до 55 лет – 41 %, в группе пенсионного возраста

та – 37 %. Каждый четвертый работник пенсионного возраста имеет стаж менее двух лет, соответственно был устроен на работу с целью решения проблем недокомплектованности штатов в экстренном порядке. Штат учреждений обновился практически на одну треть в 2007–2008 гг., когда по заключению специалистов начался процесс активного реформирования системы социального обслуживания и началом активного внедрения в практику инновационных технологий работы. Учреждения и службы социальной защиты были переведены из подчинения местных органов самоуправления в ведение региональной исполнительной власти (табл. 4).

Таблица 4

Распределение сотрудников разных возрастных групп по стажу работы в социальных службах и учреждениях
коэффициент Пирсона: 0,391

Стаж работы, годы	Группы по возрасту, %					Всего
	до 25	26–35	36–45	46–55	55 и >	
0–1	66	46	31	22	23	32
2–3	25	32	28	19	14	23
4–5	8	8	8	12	8	9
6–7	1	5	5	9	10	7
8–9	-	6	12	13	10	10
10–11	-	1	3	6	7	4
12–13	-	1	7	6	8	5
14–15	-	1	3	7	13	6
16–17	-	-	2	5	7	3
18–19	-	-	1	1	-	1
Всего	100	100	100	100	100	100

Анализ образовательного уровня сотрудников позволяет выявить специфику разных возрастных групп. Среди специалистов до 35 лет нет тех, у кого было бы только среднее образование. В группе до 25 лет – 42 % имеют высшее, 58 % – среднее специальное образование. В группе до 35 лет высшее образование имеют 62 %, среднее специальное образование – 38 %. Диплом вуза есть у 40 % работников до 45 лет, у 33 % – до 55 лет. Среднее образование в этих группах имеют менее 1 % специалистов. Согласно нормативным требованиям государственных стандартов на социальное обслуживание населения специалист

по социальной работе должен иметь высшее профессиональное (по профилю) образование без предъявления требований к стажу работы или высшее профессиональное образование; индивидуальную подготовку и стаж работы в должности социального работника не менее 2-х лет или среднее профессиональное (по профилю) образование и стаж работы в должности социального работника не менее 3-х лет.

Профильное образование имеет лишь 18 % специалистов, педагогическое – 28 %, медицинский диплом у каждого десятого сотрудника. 44 % специалистов имеют иное, негуманитарное образование. Безусловно, такая картина объясняется сравнительной молодостью профессионального образования в сфере социальной работы, а также демонстрирует *противоречивость престижности* профессии и непривлекательность для молодежи, получившей профильное образование в вузе. В группе до 25 лет социальное образование имеет практически каждый второй (46 %), в группе от 25 до 35 лет – 38 %, от 35 до 45 лет – каждый четвертый сотрудник (24 %), от 45 до 55 лет – лишь 5 %. Можно предположить, что в современных условиях высшим учебным заведениям необходимо развивать не только подготовку молодых специалистов по специальности *социальная работа*, но и разрабатывать и предлагать к внедрению различные формы дополнительного образования, ориентированные на профессиональное переобучение специалистов без отрыва от основного вида деятельности.

С 2008 г. при центрах социального обслуживания населения сформированы *отделения участкового социального обслуживания*. На сегодняшний день в них работают 287 участковых специалистов. В их числе практически каждый десятый в возрасте до 25 лет, каждый пятый (21 %) – от 25 до 35 лет, каждый четвертый (27 %) специалист в возрасте от 35 до 45 лет, практически треть – от 45 до 55 лет; в участковых службах работают лишь 12 % специалистов пенсионного возраста. Сеть участковых служб развёрнута на 429 участках, их работа охватывает 3,8 млн городских жителей и более 840 тыс. сельского населения, проживающих на соответствующей территории. Эти специалисты осуществляют работу по совершенно новым для организации социального обслуживания мето-

дикам на основе *выявительного принципа* с прицелом на более эффективное решение проблем людей, попадающих в трудную жизненную ситуацию. В основной круг задач, которые они призваны решать, входит создание предупреждающих и профилактических условий социального неблагополучия. Практически каждый второй из работников этих служб (51 %) имеет стаж работы в учреждениях социальной сферы менее 2-х лет, 22 % – от 2-х до 3-х лет. При этом 62 % имеют среднее специальное образование, 82 % не повышали свой уровень квалификации за последние 3 года. Таким образом, стоит обратить особое внимание на кадровый потенциал, его профессионализм. Повышение квалификации среди сотрудников участковых служб активизирует *инновационный ресурс* внедренной практики и будет способствовать эффективному и осознанному использованию новейших технологий социальной работы.

Динамика социальных и экономических изменений способствует ситуации, когда социальная работа должна развиваться в соответствии с объективными требованиями, которые возникают в обществе. Поэтому очень важно, чтобы в профессиональном сообществе социальных работников развитие и совершенствование профессиональной деятельности шло не только благодаря влиянию *извне* (наука, различные образовательные практики, нормативы и положения и т. д.), но и *изнутри* – от профессиональной группы. В связи с этим важно отметить, что организационно-методической работой среди специалистов занимается всего 7 % от числа проанализированных штатных единиц, из которых 70 % молодые специалисты в возрасте до 35 лет, каждый пятый в возрасте от 35 до 45 лет, 7 % – с 45 до 55 лет и 3 % работника пенсионного возраста. Среди этой группы лиц с высшим образованием практически в два раза больше, чем со средним специальным. Кроме того, не задействован в организационно-методической работе в полной мере потенциал специалистов, имеющих социальное образование. Сегодня благодаря профильной подготовке выпускники факультетов и кафедр социальной работы имеют представления о наиболее совершенных методах, формах и технологиях, должны быть знакомы с опытом зарубежных стран. При этом в органах соцзащиты из числа тех, кто сегодня зани-

мается организационно-методической работой, имеют такое образование только треть (31 %), 36 % специалистов педагоги, 3 % – медики, 29 % имеют негуманитарное образование.

Итак, *социальная работа* как профессия в России активно проходит все этапы институционализации. В России эта профессиональная сфера деятельности развивается во многом по канадскому образцу, когда эффективность и результативность профессиональных практик связана с курсом социальной политики государства, диктуется и встраивается по принципу централизации, стандартизации и унификации внутри государственной системы. В Российских реалиях это происходит в системе органов социальной защиты населения. Переход к новым моделям работы в условиях рыночной экономики, предоставляет членам профессионального сообщества более благоприятные условия для совершенствования своей деятельности. В связи с этим остро стоит проблема возможностей и желания специалистов внедрять и принимать инновационные формы и методы, осваивать новое содержание традиционных направлений работы. При анализе кадрового потенциала органов социальной защиты Свердловской области выявлена позитивная динамика омоложения кадрового состава, включения в работу специалистов с высшим профильным образованием. На повестке дня стоит серьезный вопрос с повышением квалификации работающих специалистов, поиска новых форм взаимодействия с образовательными учреждениями и академической средой. Также можно говорить о необходимости активизации внутренних ресурсов системы, более активном включении в организационно-методическую работу специалистов с профильным высшим образованием. Внедрение инновационных методик работы, повсеместная информатизация при условии совершенствования коммуникационных компетенций специалистов позволяют прогнозировать создание единого профессионального пространства, которое будет способствовать повышению профессионализма, дееспособности, мобильности и активности профессионального сообщества специалистов по социальной работе Свердловской области.

4. ДИНАМИКА ИМИДЖА СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ В ОЦЕНКАХ НАСЕЛЕНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

«Жизнь человека до тех пор
имеет ценность, пока человек
может помогать другим»

И. Франко

Непростая социально-экономическая ситуация, сложившаяся сегодня в России, не способствует уменьшению числа людей, которым требуется социальная поддержка и помощь со стороны государства и общества. В этих условиях специфическая деятельность учреждений, социальных служб и организаций, где заняты профессионалы в области социальной работы, является не просто востребованной в обществе, а значимой и жизненно необходимой для разных групп населения.

Свердловская область – территория, обладающая огромным *социальным потенциалом*, что создает предпосылки для успешного преодоления последствий системного кризиса. Реализация этого потенциала предполагает меры политического, экономического и социального характера. Важным фактором активизации населения региона является *развитие социальной работы*, оказание помощи и поддержки людям, попавшим в трудную жизненную ситуацию. В области складывается достаточно разветвленная, многонаправленная система социального обеспечения, оказания социальных услуг населению. Качество этих услуг, безусловно, определяется профессионализмом специалистов их оказывающих¹.

Но это не все. Во-первых, всякая помощь, услуга должны быть востребованы. *Заявительный принцип* предоставления социальных услуг предполагает, что клиенты (человек, руководитель предприятия, представители власти, политики, все, кто попал в социально трудное или опасное положение) оценивают сложившуюся ситуацию как проблему и обращаются к квалифицированному специалисту за помощью. Для этого, как минимум, требуется, чтобы такая по-

¹ Качайнова Н. Б. Профессия «социальная работа»: проблема институционализации профессий // Уральская социология в общероссийском социологическом пространстве. Екатеринбург, 2008.

мощь была *доступна*, чтобы клиент был об этом *информирован* и самое важное чтобы он *доверял* специалисту, социальной службе, которые предоставляют ему помощь. Во-вторых, эффективность оказания социальных услуг обусловлена также готовностью и способностью самого клиента участвовать в процессе изменения. Этот комплекс проблем, во многом актуализирует необходимость *целенаправленного формирования имиджа профессиональной социальной работы*.

В ходе социологических исследований имиджа социальной работы, проведенных в последние годы на территории Свердловской области, были выявлены типичные представления и клише, сложившиеся в массовом сознании жителей, отражающие их отношение к социальной работе¹. Многие не позитивные или осторожные характеристики, даваемые специалистам и социальным службам, связаны не с реальным опытом общения с ними, а с тем, что большая часть населения вообще не вступает в контакт с ними. Люди получают *информацию о социальной работе извне*: в основном от других людей и в меньшей степени от социальной рекламы и средств массовой информации. Исследование выявило группу респондентов (17 %), отрицательно настроенных по отношению к социальной работе по причине незнания (не обращавшиеся в социальные службы, не общавшиеся с социальными работниками). Она и является, в первую очередь, *целевой аудиторией коррекции имиджа социальной работы*.

Развитие системы социальной работы потребовало от специалистов не только сформировать профессиональную идеологию своей деятельности, основанную на принципах гуманизма, доступности, добровольности и др., но и способствовать закреплению в сознании населения значимости таких ценностей, как здоровый образ жизни, достоинство, активность, уверенность в своих силах и пр. Процессы, связанные с изменением общественного и группового сознания, преодолением сложившихся стереотипов, требуют концентрации усилий и сознательного участия многих социальных субъектов. Как показал анализ результатов

¹ Профессиональный имидж специалиста социальной работы и роль СМИ в повышении ее престижа: информационно-аналитический отчет / Ю. Р. Вишнеvский, Я. В. Дидковская, Н. Б. Качайнова, Е. Н. Нархова, М. В. Полухина. Екатеринбург, 2009.

исследований¹, одним из составляющих этого процесса является партнерство средств массовой информации, социальных служб и учреждений. В процессе информационного взаимодействия активизируется процесс формирования в общественном сознании представлений о социальной работе как профессиональном поле деятельности, оформление знаний на быденном уровне у различных категорий населения о возможностях поддержки со стороны государства и общества с целью создания оптимальных условий и повышения качества жизни.

Полученные эмпирические данные свидетельствуют о том, что неадекватное, ограниченное восприятие социальной работы присуще также представителям масс-медиа. Журналист вносит в представляемый сюжет свою оценку событий, но если он некомпетентен в социальной проблематике, не профилирован в этом направлении, то даваемая интерпретация в лучшем случае поверхностна, а в худшем – не соответствует действительности.

Имидж социальной работы представляет собой целостный, качественно определенный образ ее, который сложился и воспроизводится в массовом сознании. Понятно, что основа и характер имиджа определяются реальной профессиональной деятельностью, её масштабностью и качеством (в данном случае – деятельность профессиональных социальных работников). Но нельзя сбрасывать со счета и ценности, нормы, традиции и установки населения как носителей этого имиджа. Анализ оценки профессионального престижа специалиста социальной работы различными группами населения указывает на внутренние установки различных социальных субъектов: обращения или необращения к услугам социальных учреждений и их специалистам, на необходимые коррекции соответствующего образа со стороны самих профессионалов и других заинтересованных в результатах их деятельности социальных субъектов.

Профессиональный имидж социального работника складывается из двух составляющих: идеального и реального имиджа. *Идеальный* профессиональный имидж специалиста социальной работы – это тот желаемый, позитивный образ

¹ Певная М.В., Пермякова П.Ю. Социологический подход к организации взаимодействия СМИ и территориальных органов социальной защиты населения Свердловской области: Учебное пособие. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009.

профессионала (и соответственно профессии *социальная работа*), к которому следует стремиться, который формируется, как правило, целенаправленно с использованием специальных технологий в соответствии со сложившимися на данном этапе развития общества требованиями к личным и профессиональным качествам специалиста социальной работы. Он обусловлен целями профессиональной деятельности и содержанием конечного ее результата, ожидаемого как клиентами социальных служб, так и обществом в целом. Содержание идеального имиджа нашло отражение в государственных стандартах социального обслуживания, а также деонтологии социальной работы, в ее этическом кодексе. Эти основания идеального имиджа специалиста социальной работы преломляются в сознании различных социальных групп населения, что ведет к его известной вариативности, неоднородности.

Реальный имидж – образ, присутствующий в реальности, формирующийся стихийно или целенаправленно на основе сложного взаимодействия объективных и субъективных факторов. Совмещение этих двух позиций создает благоприятные условия для развития социального объекта. При их несовпадении возникает противоречие, препятствующее успешному взаимодействию населения с профессионалами, и возникает парадоксальная ситуация, когда ряд социальных услуг и видов социальной помощи остаются невостребованными наиболее нуждающимися в них клиентами.

В качестве индикаторов идеального профессионального имиджа социальной работы в проведенных исследованиях выступали:

- содержание профессиональных норм, правил, ценностей, квалификационных требований, представленное в правовых документах и профессиональном кодексе социального работника;¹
- представление населения о необходимых социальному работнику профессиональных качествах;

¹ Национальный стандарт РФ «Основные виды социальных услуг» ГОСТ Р 52143-203-У. Национальный стандарт РФ «Качество социальных услуг» ГОСТ Р 52342-203. Об основах социального обслуживания населения в РФ: Федеральный закон от 10.12.1995 г. № 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1995. № 50. и др.

- представление респондентов о необходимых социальном работнику личных качествах;
- мнение населения о социальной значимости профессии социального работника;
- оценка респондентами идеального уровня заработной платы специалистов в сравнении с другими категориями социальных работников.

Представления о необходимых социальным работникам профессиональных качествах формируются у населения на основе понимания профессиональных полномочий работников. Эти представления – динамичны. Сравнение результатов опросов населения Свердловской области, проведенных в 2008 и 2010 гг., дает основание для вывода о сдвиге оценок в сторону представлений об ограниченности полномочий и возможности социальных работников оказывать эффективную помощь населению (табл. 5).

Таблица 5

Оценка круга полномочий работников социальной сферы
(% от числа ответивших)

Оценка полномочий	2008	2010
Круг полномочий достаточно широк, человеку помогают	43	20
Полномочия ограничены, но специалисты делают все, что могут	0	24
Круг полномочий узкий, от самих работников ничего не зависит	32	13
Полномочия даны достаточные, они не хотят проявлять инициативу	25	29
Затрудняюсь ответить	0	15

В первом опросе 43 % ответивших респондентов оценили круг полномочий специалистов как *широкий*, позволяющий оказать нуждающимся реальную помощь, а во втором – лишь 20 %. *Достаточным* его считают соответственно 25 % и 29 % ответивших, при этом они отмечают, что специалисты сами не хотят проявлять инициативу. На 19 % уменьшилась доля тех, кто оценил уровень полномочий социальных работников как *узкий*, при котором от самих социальных работников мало что зависит (32 % в 2008 г. и 13 % в 2010 г.). При этом увеличилась с 0 до 24 % доля считающих, что, несмотря на ограниченность полномочий, специалисты делают все, что могут. Позиция респондентов обусловлена рядом социальных и психологических причин. Это, во-первых, традицион-

ное недоверие населения к власти, которая контролирует социальные учреждения, регламентирует их деятельность. Во-вторых, низкий уровень информированности населения о профессиональных возможностях социальных работников, о методах и результатах их деятельности. В культуре практически всех социальных слоев российского общества отсутствует норма обращения к помощи специалистов при возникновении трудных жизненных ситуаций. Наиболее действенным рекламным средством популяризации социальных услуг выступает «сарафанное радио», т.е. мнение тех, кто не только получил помощь от профессионалов, но и остался удовлетворенным ее качеством, рассказывает об этом своим близким и знакомым и советует им поступить также. При этом речь, как правило, идет не об обращении к профессионалам вообще, а о том, чтобы прибегнуть к помощи данного, конкретного лица, компетентного – с точки зрения бывшего его клиента.

Одним из эффективных средств преодоления такого недоверия к профессионалам является своеобразное *хождение в народ*: организация широкомасштабной просветительской, профилактической и консультативной деятельности, когда специалисты социальной работы встречаются с населением по месту жительства, работы, учебы, идут в семьи, трудовые коллективы и пр., выступают в средствах массовой информации, а не замыкаются в стенах своих учреждений и не ждут пассивно *у моря погоды*.

Население достаточно высоко оценивает необходимый уровень профессиональной подготовки специалистов по социальной работе. Они считают, что в эту сферу деятельности, кроме самих социальных работников, чаще всего идут педагоги, психологи, медики, социологи, юристы.

В оценке профессиональных качеств социальных работников (по данным опроса жителей г. Екатеринбурга в 2008 г.) прослеживаются небольшие различия между теми, *кто не обращался к специалистам*, и теми, *кто непосредственно общался с ними* (табл. 6). Этот факт свидетельствует о том, что общение со специалистами серьезным образом не способствовало повышению привлекательности социальной работы в сознании обратившихся за помощью

граждан. Одной из причин этого являются процессы, происходящие *внутри корпоративного пространства социальной работы*, в том числе связанные с профессиональной культурой, недостаточным развитием супервизорства внутри системы, непоследовательностью реализации идеологии.

Таблица 6

Работа в социальной сфере требует знаний и умений в разных областях

Соответствие мнения высказыванию	Обращавшиеся в учреждения соцзащиты	Не обращавшиеся в учреждения соцзащиты
В полной мере соответствует	46	42
Скорее соответствует	42	40
Скорее не соответствует	7	10
В полной мере не соответствует	1	3
Затрудняюсь ответить	3	4
Всего:	100	100

Большинство граждан считает, что деятельность специалиста по социальной работе связана со значительными психологическими нагрузками и требует хорошего и всестороннего образования (82 % обратившихся в учреждения соцзащиты и 61 % не обратившихся). Сравнение позволяет сделать определенный вывод: респонденты, имеющие опыт общения с работниками социальных служб, в целом выше оценивают требования к профессии, в большей степени согласны с мнением, что это профессия, требующая хорошего и всестороннего образования, постоянного самообразования и связана с высокой психологической нагрузкой. В целом престиж профессии социального работника на шкале престижа профессий, полученной по результатам исследования 2008 г., занимает более низкую позицию у респондентов, которым не приходилось обращаться в социальные службы

Представления населения Свердловской области об идеальном имидже специалиста по социальной работе нашли отражение также в высказываниях респондентов о том, какими личностными качествами должны обладать социальные работники (табл. 7). Почти половина опрошенных назвали среди них милосердие, отзывчивость, готовность помочь, сердечность и доброжелательность.

Каждый пятый дал негативную оценку личности профессионалов сферы социальной работы.

Таблица 7

Мнение респондентов о личностных качествах тех, кто становятся социальными работниками (% от числа ответов)

Социальные работники – это	%	ранг
– милосердные, отзывчивые люди, готовые помочь	36	I
– сердечные, доброжелательные люди	19	II
– те, кто сам пережил и преодолел такие же трудности в жизни	13	III
– люди, которым не удалось найти себя в прежней проф. деятельности	12	IV
– те, кто не смог больше никуда устроиться на работу	11	V
– те, кто ничего другого не умеет	6	VI
– люди, которым доставляет удовольствие вершить судьбы других	3	VII

В ходе экспертного интервью с руководителями и ведущими специалистами региональных СМИ эти характеристики были дополнены¹. Например, информационный директор одного из ведущих областных телеканалов сказал следующее: *«Это вообще очень сложная профессия, если можно так сказать, потому что это как минимум призвание человека и его желание быть открытым, помогать безвозмездно человеку, не требуя чего-то взамен, это безусловно определенный набор каких-то черт характера, душевных качеств: доброта, бескорыстие, то есть это требует определенного мужества сегодня социального, гражданского от того человека, который так поступает».*

Интересно, что более 18 % респондентов в опросе жителей г. Екатеринбурга, проведенном в начале проекта в 2008 г. считают, что социальный работник должен иметь собственный опыт преодоления жизненных трудностей. В такой постановке вопроса проявляется массовый стереотип отношения к тому, кто помогает или обучает, выраженный в поговорке: *Сытый голодного не разумеет*. Получается, что социальная работа противопоказана молодым (их опыт еще слишком мал) и благополучным (*Что они могут понимать в нашей жизни?*). Преодолению подобного предубеждения способствуют личное общение со спе-

¹ Интервью проведено в июне-сентябре 2008 года. В качестве экспертов отбирались люди, имеющие в информационной среде Свердловской области высокий уровень позитивного публичности, а также занимающие высокие официальные должности в среде топ-менеджмента СМИ.

циалистами, публикации в научных и популярных изданиях, средствах массовой информации, характеризующие социальных работников как профессионалов, способных понять жизненную ситуацию клиента, увидеть проблему его глазами (*встать на позицию другого*), найти варианты решения трудной жизненной ситуации, предоставляя самому клиенту выбрать те пути и средства, которые являются для него приемлемыми.

Наглядным индикатором идеального имиджа профессии является мнение респондентов об идеальном уровне заработной платы социальных работников различной квалификации. Оценки идеального уровня заработной платы социальных работников разной квалификации дифференцированы в сознании респондентов (рис. 5).

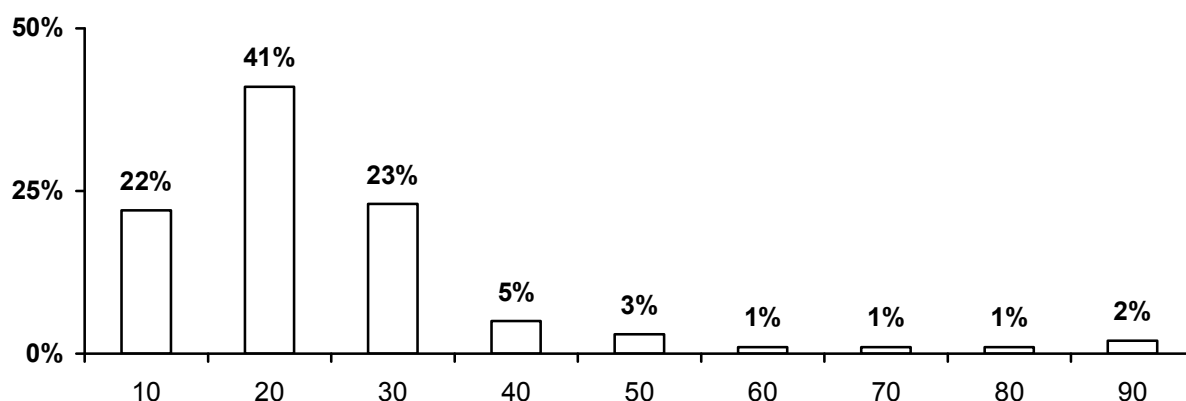


Рис. 5. Мнения об идеальной зарплате специалистов, работающих в учреждениях и органах соцзащиты (в тыс. руб.)

Респонденты считали, что *идеальный уровень* заработной платы для управленцев органов социальной защиты – 25 тыс. руб., для специалистов – 20 тыс. руб. и для социальных работников – 15 тыс. руб., что примерно соответствовало (на момент опроса) уровню средней заработной платы по Уральскому региону. Эти данные свидетельствуют о среднем уровне профессионального престижа социальной работы.

Характеристика профессии социального работника через раскрытие его реального имиджа позволяет уточнить содержание миссии данной профессии в современном российском обществе, понять ее место в мире профессий, а также уяснить, насколько она признана различными группами населения как значимая. Все это важно для развития социальной работы, повышения востребованности социальных услуг, преодоления негативных стереотипов, когда граждане, сталкиваясь с житейскими трудностями, не обращаются к профессионалам.

В исследовании были отобраны следующие *индикаторы* реального профессионального имиджа *социальной работы*¹: оценка престижа профессии населением; суждения о причинах обращения и необращения к специалистам социальных служб в случае возникновения трудной жизненной ситуации; оценки качеств специалистов теми, кто обращался в социальные службы; представление населения о реальной заработной плате специалистов и руководителей в системе учреждений социальной работы; мнение населения об уровне заработной платы управленцев и специалистов органов социальной защиты; ассоциативный образ социального работника глазами респондентов.

Базовым индикатором реального профессионального имиджа социального работника являлась непосредственная оценка респондентами престижа профессии по 10-балльной шкале. Около трети ответивших занимали медианную позицию. Высоко (от 8 до 10 баллов) ценят профессию социального работника 25 %. Доля респондентов, давших низкие оценки (1–3 балла), немного выше – 30 %.

В исследовании Исследовательского центра рекрутингового портала Super Job. Ru – при использовании иной методики (респондентам задавался вопрос: «Престижно ли сегодня быть социальным работником?») – были получены сходные результаты (табл. 8, 9)².

¹ Данные опроса 2008 г. жителей г. Екатеринбурга.

² Профессию социального работника считают престижной только 15 % россиян. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.superjob.ru>.

Таблица 8

По Вашему мнению, престижно ли сегодня быть социальным работником? (в % по группам)

Вариант ответа	Сумма	Пол		Ежемесячный доход (тыс. руб.)				
		муж.	жен.	До 20	20–30	30–40	40–50	От 50
Да	15	13	17	18	19	18	11	10
Нет	47	48	47	44	44	39	46	59
Затрудняюсь ответить	38	39	36	38	37	43	43	31

Таблица 9

По Вашему мнению, престижно ли сегодня быть социальным работником? (в % по группам)

Вариант ответа	Сумма	Образование		Возраст				
		ВПО	СПО	До 23	24–29	30–49	40–49	50 и старше
Да	15	13	20	21	14	14	12	14
Нет	47	51	39	41	48	50	49	49
Затрудняюсь ответить	38	36	41	38	38	36	39	37

Почти половина опрошенных не считают профессию социального работника престижной (в негативной оценке солидарны и мужчины, и женщины; позитивные оценки чуть чаще дают женщины). Выше оценка у лиц со средним профессиональным образованием, у молодежи до 23-х лет, у лиц с ежемесячным доходом до 40 тыс. руб.

Типичное мнение среди тех, кто оценивает престиж социальной работы низко, таково:

- низкая зарплата; если судить по ней, то социальная работа отнесена к неквалифицированным видам труда;
- сложная работа – нужно жить чужими проблемами;
- работа со сложным контингентом, испытывающим жизненные трудности;
- чтобы она стала престижной, она должна достойно оплачиваться, а у наших политиков пока другие бюджетные приоритеты;

Ориентиры для высоко оценивших престиж *социальной работы* иные – преимущественно морально-этические:

- благородное дело – помогать людям;
- социальные работники возрождают чувство милосердия;
- деятельность социального работника достойна уважения.

Неоднозначность в оценках отражает тот факт, что имидж профессии *социальная работа* в общественном сознании неустойчив, он еще формируется (это связано и с относительной *молодостью* самой профессии, и с различной сопричастностью с её функционалом разных групп населения). Сказывается и уже отмеченная нечеткость определения *социальный работник*, обобщенно применяемая (особенно на уровне обыденного сознания) к столь разным квалификационным группам, как управленцы и специалисты учреждений социальной сферы, социальные работники. В процессе дальнейшей институционализации профессии *социальная работа* можно ожидать и более четкую дифференциацию её на профессиональные группы.

Интересно сравнить престиж профессии социального работника с престижем других профессий. По результатам исследования все профессии социальной сферы (бюджетные работники), включая специалиста по социальной работе, находятся на нижних ступенях иерархии престижа (в диапазоне от 5,4 до 6,4 при балльной системе от 1 до 10). Такая ситуация отражает актуальные представления общественного сознания, сложившиеся в конце 1990-х гг. и закрепившиеся с началом XXI в.

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 (табл. 10).

Таблица 10

Если у Вас возникнут проблемы в жизни, к кому Вы будете обращаться за помощью?
(в % от числа ответивших)

Ранг	Адресат обращения	2008 ¹	2010
1	Родственники	36	38
2	Друзья и знакомые	35	31
3	Социальные службы	12	8
4	Прокуратура, милиция	7	13
5	Место работы	4	3
6	Депутаты	1	0
7	Местная администрация	2	5
8	СМИ	2	1
9	Благотворительные организации	1	1

Наибольшее число выборов относится к родственникам (и это естественно). Примерно столько же надеются получить помощь у друзей и знакомых (соответственно 35 % и 31 %). По данным сравнительного анализа, популярность социальных служб несколько снижается: если в первом опросе к ним обратилось бы 12 % респондентов, то во втором только 8 %. По рангу социальные службы сегодня занимают третье место и уровень доверия к ним сопоставим с доверием правоохранительным органам (к ним обратилось бы соответственно 7 % и 13 % ответивших). Проявившееся течение скептицизма в отношении населения к специалистам социальной работы имеет ряд объективных оснований. Первое из них связано с социальными и экономическими реформами, подрывавшими доверие к любым инновациям, идущим со стороны власти. За последние два десятка лет выросло новое поколение россиян, на практике убедившихся в том, что в решении житейских проблем следует рассчитывать на свои силы, на семью. Нельзя не учитывать и последствия мирового финансового кризиса, существенно повлиявшие на уровень социального благополучия в обществе (табл. 11).

¹ В 2008 г. каждый респондент мог отметить несколько вариантов ответа, поэтому сумма ответов больше 100 %.

Таблица 11

Причины не обращения в социальные учреждения

Причины необращения	% от числа ответивших 2008	% от числа ответивших 2010
Сам решаю свои проблемы	44	50
У меня есть родственники и друзья, они всегда помогут	36	37
Иду в церковь	7	4
Не знаю, кто поможет и куда идти	11	6
Помогают на работе	3	3
Итого	100	100

Среди причин, по которым люди не обращались до сих пор к социальным работникам, главная – *сам решаю свои проблемы*. На нее указали 2 из каждых 5 опрошенных, не пользовавшихся услугами социальных служб. Среди других причин, по которым жители г. Екатеринбурга не обращаются в социальные службы, респонденты отметили и незнание, недостаток информации, куда обратиться и какую реальную помощь могут получить. Однако за два года выявлено снижение числа тех респондентов, которые не информированы о тех возможностях получения помощи и поддержки со стороны государственных органов исполнительной власти, на которые они могут рассчитывать.

По данным опроса жителей Свердловской области, проведенном в 2010 г. выявлено, что каждый третий житель сельской местности уверен в том, что люди, которым трудно приходится в жизни, не обращаются в органы соцзащиты из-за того, что просто не имеют представления о том, кто им может оказать реальную помощь. В крупных городах так считает каждый пятый, в средних – 15 %. Конкретизация ответа о *самостоятельности* в решении проблем выявила опасения респондентов из-за хлопотности, необходимости тратить много времени на посещения, нежелания сталкиваться с грубостью и равнодушием работников социальных служб. В то же время доминирующим является мнение, что у работников социальных служб нет соответствующих средств, они мало что могут в современных условиях.

В Свердловской области число людей, которые не знают, кто и чем им может помочь в сельской местности, существенно больше (11 %), тогда как в крупных и средних городах таковых лишь по 6 % из числа жителей. В средних городах (как правило, промышленных моногородах) больше число тех, кому оказывают помощь на работе – 6 % из числа ответивших жителей таких населенных пунктов, в то время как 3 % жителей крупных городов и один из ста проживающих в сельской местности выбрали эту альтернативу.

Данные высказывания отрицательно характеризуют профессиональный имидж специалистов социальной работы и содержат явные сомнения относительно желания, готовности и ресурсных возможностей оказания ими помощи клиентам, что находится в явном противоречии с выше приведенными характеристиками, которые дали респонденты тем, кто идет работать в социальную сферу (милосердные, готовые помочь и пр.).

Нужно учитывать и такую причину обращения граждан в социальные службы, как сложившееся у части населения представление об этих службах как репрессивных, выполняющих контрольные функции, поскольку в СМИ часто проходит информация о том, как социальные работники изымают детей у асоциальных и преступных родителей, как они борются с алкоголизмом и наркоманией, девиацией подростков, работают в пенитенциарных структурах и пр.

Многие не желают *выносить сор из избы*, скрывают неблагополучие, боясь потерять свой социальный статус. Есть и те, кто отчаялся, не верит в возможность изменить свою жизнь и жизнь близких к лучшему (некоторые из них, столкнувшись с российским бюрократизмом и коррупцией, навсегда зареклись обращаться за помощью в государственные структуры). Опрос 2010 г. в Екатеринбурге показал, что многие несклонны даже обсуждать социальные проблемы с родственниками и знакомыми (табл. 12).

Взаимосвязь обсуждения социальных проблем с соседями, родными, близкими и обращения в органы соцзащиты?
(в % по столбцам)

Обсуждаете ли социальные проблемы с соседями, родными, близкими?	Приходилось ли Вам обращаться в органы соцзащиты?		
	да	нет	Всего
Да, постоянно	21	14	17
Иногда	36	32	34
Редко	30	40	35
Никогда	13	14	14
Всего	100	100	100

Из тех, кто обращался в социальные учреждения, таких 57 %, а из не обращавшихся – 50 %. Сопоставление полученных данных говорит о том, что многие не позитивные или осторожные характеристики, даваемые специалистам социальной работы, связаны не с реальным опытом общения с ними (или опытом знакомых людей), а наоборот, с тем, что бóльшая часть населения не вступает в контакт с социальными службами. В то время как правовые документы, регламентирующие деятельность специалистов, сегодня ориентируют их на активную работу со всеми категориями населения, на преимущественно *профилактическую* ее направленность, на деле ведущей технологией социальной работы является реабилитация, т.е. оказание социальной помощи уже тогда, когда проблема стала реальностью и клиент, как правило, уже приобрел отрицательный опыт, пытаясь ее решить и не справившись с этой задачей. Такая ситуация в *социальной работе* связана с возложенными на российского социального работника задач, которые в развитых странах обычно решаются непрофессионалами: волонтерами, благотворителями, группами самопомощи.

Другая причина данной ситуации кроется в характере управления и организации социальной помощи. Сегодня возникло острое противоречие в системе социального менеджмента этой сферы: бюрократическая, непрофессиональная, циничная система управления препятствует дальнейшему развитию динамичной, креативной, гуманистически ориентированной деятельности специалистов помогающих профессий (что, в частности, ведет к *вымыванию* опытных профес-

сионалов из государственных социальных служб). Данное противоречие находит отражение в массовом сознании. Примечательно, что они (социальные службы) не фигурируют среди тех инстанций, куда можно обратиться за помощью в ситуациях столкновения с произволом чиновников (табл. 13).

Таблица 13

Что нужно сделать для того, чтобы бороться с произволом чиновников?

Вариант ответа	% от числа ответивших	ранг
Писать и звонить в СМИ	33	I
Жаловаться в вышестоящие инстанции	32	II
Идти к юристам и правозащитникам	22	III
Обращаться за помощью к депутатам	6	IV
Другое	4	V
Это бесполезно	2	VI
Назначить уголовное наказание за неправомерные действия	1	VII

Жители области указали, что для ограничения произвола чиновников нужно писать и звонить в СМИ (33 % ответивших), причем среди жителей средних городов таковых 38 %. Жаловаться в вышестоящие инстанции (32 %), среди жителей сельской местности таковых 37 %, тогда как в средних городах в этом уверен лишь каждый четвертый житель. Идти к юристам и правозащитникам предложили 22 % уральцев, среди жителей малых населенных пунктов в этом уверены лишь 15 %. Отсутствие социальных служб и учреждений социальной защиты в этом перечне отражает серьезное противоречие в организации социальной защиты населения: социальный и правовой аспекты её практически институционально не соединяются. Этим, кстати, и определяется тот факт, что в составе управленцев, специалистов социальной работы и социальных работников явно недостаточно людей с юридическим образованием (в том числе и по проблемам социального, семейного и других разделов права). Те респонденты, которые имели непосредственные контакты с социальными работниками, также оценивают их качества достаточно противоречиво (табл. 14).

Мнение респондентов, обращавшихся в социальные службы, о типичных качествах специалистов социальных учреждений¹

Качества специалиста	% от числа ответивших
Терпеливый, выдержанный	47
Добрый к людям	42
Ответственный	40
Работоспособный	39
Честный, порядочный	28
Образованный	28
Равнодушный, пассивный	11
Самостоятельно мыслящий	9
Грубый, несдержанный	6
Неопытный	4
Некомпетентный	4
Ленивый	3
Злой, жестокий	3
Лживый, нечестный	1

Положительно оценивают специалистов социальных служб большинство респондентов: это люди терпеливые и выдержанные, ответственные, добрые, работоспособные, честные и порядочные. Но в ответах присутствуют и отрицательные оценки. И хотя их доля значительно меньше, но подобные оценки негативно влияют на общий имидж профессии *социальная работа*. Поэтому важно прислушаться к мнению экспертов (работников СМИ), что многие социальные работники не являются сегодня высококвалифицированными профессионалами. *«Там много очень случайных людей, которые не имеют никакого образования, просто надо было куда-то пойти работать. И есть люди, которые испытывают в этом потребность души – помочь другим, у них тоже никакого образования. И очень мало людей, которые имеют специальное образование. Сколько мы о них пишем, я встречала за шесть лет раза два, что сотрудник имеет какое-то специальное образование, –* рассказал выпускающий редактор одного из ведущих региональных печатных изданий .

¹ Каждый респондент, принявший участие в опросе жителей Свердловской области в 2010 г., мог отметить несколько вариантов ответа, поэтому сумма ответов превышает 100 %.

Картину реального имиджа специалиста социальной работы дополняет информация о мнениях респондентов относительно реальной зарплаты разных категорий социальных работников (данные опроса 2008 г.).

Как и в случае с оценкой идеальной зарплаты в оценке реальной зарплаты прослеживалась дифференциация по разным категориям работников социальных служб. Ниже всего реальная зарплата указана у социальных работников – около 8 тыс. руб. Она отличалась от идеальной на 7 тыс. руб. Реальную заработную плату управленцев респонденты оценивали выше, чем специалистов, в 20 тыс. руб. Разница с идеальной составляла 5 тыс. руб. На момент опроса реальная зарплата специалистов социальной работы оценивалась в сумму 14 тыс. руб. (рис. 6).

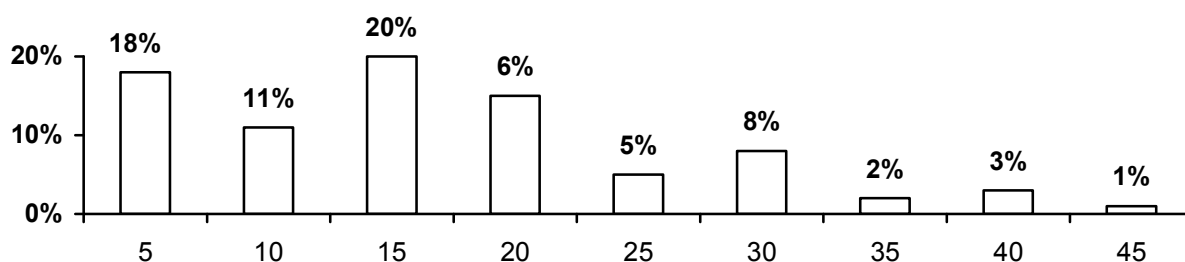


Рис. 6. Мнения о реальной зарплате специалистов, работающих в учреждениях и органах соцзащиты (в тыс. руб.)

Ее уровень отличается от идеального на 6 тыс. руб. Это значимая цифра. Она свидетельствовала о том, что респонденты считали специалистов социальной работы достойными более высокой оплаты, чем они реально получали и получают. Но эта сумма невелика и соответствовала среднему уровню оплаты труда. Таким образом измерение и этого индекса реального имиджа специалиста социальной работы указывает на его средний положительный уровень.

По данным опроса 2008 г. направленность образа, с каким население отождествляет специалиста по социальной работе, довольно отчетливо просматривается в ассоциациях респондентов. Нельзя сказать, что образ этот привлекателен (табл. 15).

Ассоциации с понятием «специалист по социальной работе»

Образ	% от числа ответивших
Белка в колесе	40
Муравей	28
Дятел	10
Собака на цепи	9
Тюлень	6
Сова	5
Другое	1
Итого:	100

В наибольшей степени респонденты склонны воспринимать социального работника, как бесцельно суетящегося (*белка в колесе*) или труженика (*муравей*). Для каждого десятого характерен образ, зашоренного и ограниченного инструкциями чиновника (*дятел*). Акцент на контрольно-надзирательные функции в образе специалиста по социальной работе отмечают лишь немногие (*собака на цепи* – 9 %). Это коррелирует с теми весьма редкими оценками, когда среди качеств социальных работников выделяется *грубость, неуважительное отношение к клиентам*.

В ответах экспертов образ социального работника рисуется разными красками. В нередких высказываниях он очень прост: «*Это, скорее всего, женщины старше 40 лет. Высшее образование, я думаю, что им нужно. Но люди, которые в данный период времени выполняют эту работу высшим образованием, наверное, не обладают*», – считает редактор одного из информационных порталов.

В целом оценка свердловчанами реального имиджа социальной работы свидетельствует о присутствии *элемента недоверия* населения к данному социальному институту. В большей степени это связано с тем, что в массовом сознании социальная работа ассоциируется исключительно с непосредственным уходом за нуждающимися *социально незащищёнными* людьми, оказанием помощи тем, кто оказался в *непрестижном* социальном положении. Отдавая дань усердию социального работника в поддержке социально-незащищённых граждан,

общественное мнение упускает *значимость тех направлений его деятельности, которые связаны с поддержкой социально-перспективных членов общества.* Речь идёт в первую очередь о социальной защите материнства и детства.

Неадекватность оценок потенциальных и реальных клиентов социальных служб во многом связана с влиянием тех образов, которые формируются сегодня СМИ, нацеленными на освещение острых проблем и часто упускающими положительные практики работы. Они, как правило, доминируют в сознании людей, не имеющих опыта обращения в социальные службы и трансформируют представления реальных клиентов учреждений социального обслуживания.

СМИ являются, по мнению клиентов, их важнейшим источником информации о социальных службах (рис. 7).

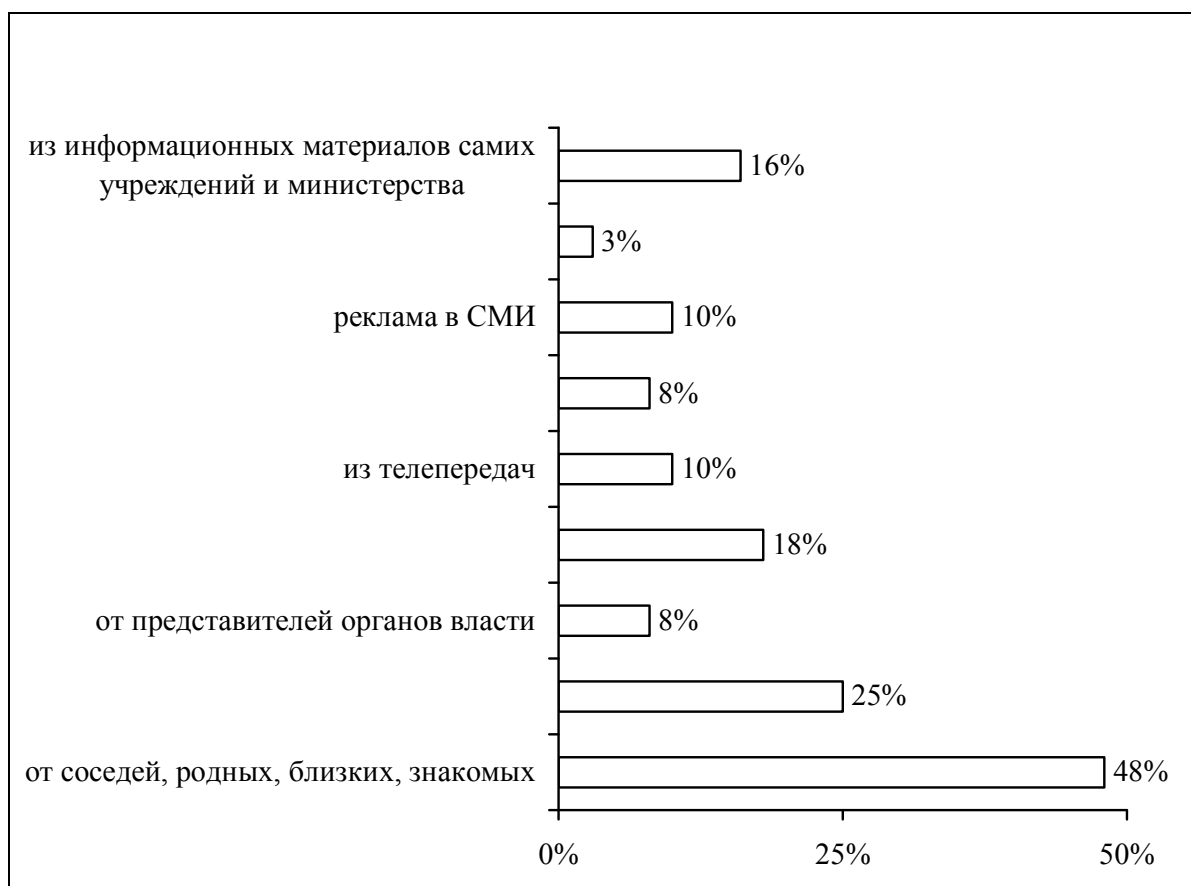


Рис. 7. Откуда люди узнают о социальных учреждениях и услугах, которые они оказывают (в %)

Более половины опрошенных жителей Свердловской области считают, что самым важным направлением деятельности по привлечению клиентов в социальные службы является активизация работы средств массовой информации и развитие некоммерческой социальной рекламы.

В то же время информированность самих работников СМИ оставляет желать лучшего. В материалах экспертного интервью немало высказываний о социальных работниках и их деятельности. Например, по мнению главного редактора службы новостей: *«Это такая работа сопровождения тех людей, которые действительно нуждаются в социальной поддержке. Но, собственно говоря, в чем конкретно она заключается, я с трудом себе представляю»*. *«Ничего не знаю. Даже не представляю, где они работают и чем занимаются. Вот если сфера здравоохранения, экономики, образования мне как-то понятна, то сфера социальной работы – нет»*, – признался главный редактор крупного печатного издания.

Представления большинства экспертов о содержании деятельности государственных социальных служб не идут дальше бытового обслуживания старушек и инвалидов. *«Социальная работа – это какая-то опека, сиделки»*, – высказала свое мнение редактор радиостанции.

В сознании работников СМИ, как и в целом в массовом сознании, социальная работа ассоциируется исключительно с непосредственным уходом за нуждающимися людьми, оказанием прямой помощи для удовлетворения первичных потребностей, реализуемым специалистами с низким квалификационным уровнем, ограниченным образовательным статусом, с мизерной заработной платой.

Невысокий престиж социальной работы у руководителей и специалистов СМИ во многом обусловлен неготовностью органов социальной защиты населения к взаимодействию с ними. Эксперты, в частности, отмечали их нежелание идти на контакты с журналистами: *«Мы со всеми этими учреждениями в случае необходимости связываемся. Конечно, не всегда можно получить комментарий в тех или иных учреждениях, потому что структуры в основном государственные, и они с трудом идут на контакт»*. Специалисты не берут на себя ответственность за предоставление информации о своей работе: *«Мне кажется, скорее всего, что это не столько юридическая, сколько внутрикорпоративная ответственность, то есть бояться, что от начальства получат по шапке. Это*

внутрикорпоративная солидарность, закрытость в деятельности и боязнь ответственности перед руководящими личностями».

Анализ практики социальной работы в Свердловской области показывает, что успехи информационной деятельности, направленной на повышение информированности граждан, стимулирование активности обращений населения в социальные службы, реально не привели и к повышению профессионального престижа социальной работы. Это связано с внутренними процессами и противоречиями развития самой практики социальной работы, соответствует общемировым тенденциям, которые усугубляются превалированием идеологии государственного патернализма, спецификой менталитета россиян, не готовых самостоятельно решать свои социальные проблемы, отсутствием у государства необходимых и достаточных ресурсов для обеспечения гарантий социальной защиты различных групп населения.

Данные исследования показывают, что, несмотря на выявленные проблемы, информационная работа в области социальной защиты населения выступает одним из важнейших инструментов управленческой практики, способствует расширению сферы этой деятельности, преодолению стереотипов массового сознания, активизации населения как субъекта социальной защиты.

Оценивая сложившееся сегодня положение в отношениях между населением, СМИ и социальными службами, можно сделать вывод о необходимости разработки ряда практических шагов по повышению имиджа социальной работы в следующих направлениях:

- внедрение методов социального менеджмента, маркетингового подхода в деятельности учреждений социальной защиты населения, налаживание их взаимодействия с внешней средой;
- организация обучающих, информационных мероприятий по повышению социальной информированности и компетентности работников и руководителей СМИ;

- проведение методических семинаров с руководителями социальных учреждений с целью разработки модели корпоративного взаимодействия и организации внутренних потоков информации;
- проведение на базе Министерства социальной защиты регулярных открытых пресс-конференций с представителями СМИ;
- разработка программы межведомственного сотрудничества по обеспечению эффективной коммуникации и связям с общественностью.

5. МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

5.1. СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ, ОРГАНОВ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ И СМИ

Организация информационной работы с населением является важным механизмом создания благоприятного имиджа социальной работы. Для оптимизации работы по информированию населения о деятельности социальных учреждений важную роль играют знания об информационных предпочтениях граждан. Поэтому нами были исследованы информационные предпочтения населения Свердловской области в 2010 г.

Основная часть населения редко обращает внимание на публикации о социальных проблемах в прессе (около 40 %) либо обращает внимание, когда им это интересно. Постоянно отслеживают такие материалы только 12 %, и это в большей степени люди пенсионного возраста (26 % против 4 % у молодежи). Тем не менее существенная доля молодежи (35 %) готова читать о социальных проблемах, если сама публикация их заинтересует (табл. 16).

Таблица 16

Внимание к публикациям в газетах и журналах среди разных возрастных групп
(в % по столбцам)
коэффициент Крамера: 0,202, вероятность ошибки: 0,10 %

Обращаете ли Вы внимание на публикации в газетах и журналах?	Возраст			Всего
	До 25	с 26 до пенсии	пенсионеры	
Да, постоянно	4	10	26	12
Иногда смотрю, когда интересно	30	36	33	33
Редко когда обращаю внимание	46	38	29	39
Никогда	20	16	12	16
Всего	100	100	100	100

Разумеется, выше интерес к публикациям у людей, обратившихся в социальные службы, значительную долю которых составляют пенсионеры. Кроме возраста и факта обращения в социальные службы, важную роль играет уровень образования населения. Интерес к материалам печатных СМИ у респондентов с

более высоким уровнем образования. Во многом это связано с закономерностью: люди с более высоким уровнем образования, вообще больше читают, в том числе газеты и журналы (табл. 17).

Таблица 17

Внимание к публикациям в газетах и журналах среди потенциальных и реальных клиентов органов социальной защиты населения
(в % по столбцам)
коэффициент Крамера: 0,329, вероятность ошибки: 0,10 %

Обращаете ли Вы внимание на публикации в газетах и журналах?	Приходилось ли Вам обращаться в органы соцзащиты?		
	да	нет	всего:
Да, постоянно	23	5	12
Иногда обращаю, когда интересно	39	29	33
Редко когда обращаю внимание	28	46	39
Никогда	10	21	16
Всего	100	100	100

Различия в интересе к публикациям не связаны с типом поселения: как горожане, в том числе жители крупных и малых городов, так и сельские жители проявляют примерно одинаковый интерес к материалам о социальных проблемах в периодической печати.

На телевизионные сюжеты о вопросах соцзащиты жители Свердловской области обращают внимание несколько чаще, чем на публикации газет и журналов. И снова выше внимание и интерес тех, кто обращался в органы соцзащиты и имеет опыт общения с работниками социальных служб (табл. 18).

Таблица 18

Внимание к телевизионным сюжетам по вопросам соцзащиты среди потенциальных и реальных клиентов органов социальной защиты населения
(в % по столбцам)
коэффициент Крамера: 0,269, вероятность ошибки: 0,10 %

Обращаете ли Вы внимание на телевизионные сюжеты по вопросам социальной защиты?	Приходилось ли Вам обращаться в органы соцзащиты?		
	да	нет	всего
Да постоянно	26	8	15
Иногда обращаю, когда интересно	46	46	46
Редко когда обращаю внимание	20	33	28
Никогда	8	14	11
Всего	100	100	100

Респонденты старшего возраста чаще других возрастных групп смотрят телевизионные сюжеты. Но если сравнивать с публикациями в печатных СМИ, то молодежь и средний возраст в большей степени готовы смотреть о социальных проблемах по телевизору в том случае, если репортаж им интересен. Наблюдается меньшая взаимосвязь с уровнем образования. Интерес к сюжетам не зависит от типа поселения респондента (табл. 19).

Таблица 19

Внимание к телевизионным сюжетам по вопросам соцзащиты разных возрастных групп

(в % по столбцам)

коэффициент Крамера: 0,146, вероятность ошибки: 0,10 %

Обращаете ли Вы внимание на телевизионные сюжеты по вопросам соцзащиты?	Возраст			
	до 25	с 26 до пенсии	пенсионеры	всего
Да постоянно	9	13	26	15
Иногда обращаю, когда интересно	47	49	39	46
Редко, когда обращаю внимание	34	26	23	28
Никогда	10	12	11	11
Всего	100	100	100	100

Респондентам предлагалось припомнить телевизионные сюжеты и репортажи на социальную тематику, которые их заинтересовали за последнее время. Вопрос задавался в открытой форме.

Обобщение ответов показывает, что, к сожалению, респонденты могли мало назвать собственно конкретных сюжетов о социальных проблемах. Очень часто назывались различные передачи, которые затрагивают социальные вопросы, например, такие как «Человек и закон» (6 %) или «Пусть говорят» (20 %). Многие респонденты отметили новостные сюжеты без конкретизации, а обобщенно, в программах «Новости», «Вести» и т. д. Некоторые отмечали передачу «Жди меня», которая, видимо, в сознании многих телезрителей ассоциируется с вопросами соцзащиты. Среди собственно сюжетов были названы репортажи о проблемах пенсионеров (8 %) и правах детей (5 %), т.е. обращает на себя внимание незнание населением конкретных фактов, событий, связанных с социальной проблематикой, и отсутствие в телевизионном эфире достаточного выбора программ и передач, непосредственно освещающих вопросы социальной защиты.

Интерес к социальным проблемам связан с их обсуждением в значимом для респондентов кругу лиц – с соседями, родными и близкими (табл. 20).

Таблица 20

Ответы на вопрос: «Обсуждаете ли вы социальные проблемы с соседями, родными и близкими?» респондентов разных возрастных групп (в % по столбцам)

Значение	Возраст			
	до 25 лет	с 26 лет до пенсии	пенсионеры	всего
Да постоянно	8	14	36	18
Иногда	34	45	32	38
Редко	43	31	24	33
Никогда	15	10	9	11
Всего	100	100	100	100

Частота обсуждения зависит от возраста: старшее поколение обсуждает эти проблемы гораздо чаще. Среди обсуждающих существенно выше доля респондентов так или иначе уже столкнувшихся с социальными проблемами – тех, кто уже обращался в социальные службы.

В целом *устная межличностная коммуникация* по поводу социальных проблем присутствует – только 18 % респондентов обсуждают постоянно, а иногда 38 %, что говорит об актуальности этих проблем, особенно для средних, малых городов и сельской местности. Жители крупных городов обсуждают эти проблемы реже, возможно это не означает, что их меньше присутствует в жизни горожан, просто времени на обсуждение меньше (табл. 21).

Таблица 21

Ответы на вопрос: «Обсуждаете ли вы социальные проблемы с соседями, родными и близкими?» респондентов разных территорий (в % по столбцам)

коэффициент Крамера: 0,096, вероятность ошибки: 10,00 %

Значение	Тип поселения			
	крупный город	средний город	поселки, сельская местность	всего
Да постоянно	17	19	15	17
Иногда	33	43	46	38
Редко	36	31	31	34
Никогда	14	7	8	11
Всего	100,0	100	100	100

Какие именно проблемы в первую очередь обсуждают жители Свердловской области? Люди старшего поколения очень озабочены материальными проблемами семьи, что связано с достаточно низким уровнем жизни сегодня, особенно пенсионеров. Материальные проблемы жизни семьи вообще занимают первое место среди обсуждаемых проблем, не только у старшей возрастной группы, но здесь эта проблематика особенно остра (37 % у пенсионеров). Более характерна она для жителей средних городов, в меньшей степени – для крупных и сельской местности. Пенсионеров, больше чем представителей других возрастных групп, волнуют проблемы сирот, к которым в целом население, судя по результатам опроса, остается равнодушным (только 5% по массиву в целом). Молодежь и средняя возрастная группа озабочены вопросами нарушения прав и чрезвычайными происшествиями, которые не всегда связаны именно с социальными вопросами защиты населения. Таким образом у молодежи интерес к социальным проблемам носит характер скорее празднично-развлекательный, отвлеченный, а у пенсионеров – вынужденно личный (табл. 22).

Таблица 22

Проблемы в СМИ, чаще всего привлекающие внимание респондентов разных возрастных групп (в % по столбцам)

Значение	Возраст			
	до 25 лет	с 26 лет до пенсии	пенсионеры	всего
Проблемы сирот	3	4	8	5
Материальные проблемы жизни семьи	23	27	37	28
Проблемы личной безопасности	16	12	16	14
Нарушение прав	26	27	20	25
Изменения в законодательстве	9	11	9	10
Чрезвычайные ситуации, несчастья	23	19	10	18
Всего	100	100	100	100

Таким образом, большинство населения мало обращает внимания на публикации в прессе материалов о социальных проблемах и несколько больший ин-

интерес проявляет к телевизионным сюжетам. Однако знание и припоминание конкретных репортажей, связанных с социальной проблематикой – низкое. Молодежь в основном ждет интересных занимательных сюжетов и публикаций о социальной работе. Большее значение получению информации о социальных проблемах придают люди старшего возраста, чаще обсуждают жители средних, малых городов и сельской местности. Население склонно проявлять интерес к таким проблемам, как материальный уровень жизни семьи (особенно пенсионеры), правовые проблемы и чрезвычайные происшествия (молодежь и средний возраст). Практически никто из респондентов не вспомнил материалов о взаимопомощи, волонтерстве и благотворительности, соседской поддержке и т. п. И это не удивительно, потому что специалисты масс-медиа (по материалам экспертного опроса) не проявляют интерес к этим сюжетам и не связывают эту деятельность с деятельностью органов социальной защиты населения.

В то же время есть и проблемы коммуникации со стороны Министерства социальной защиты населения Свердловской области. Текущее информационное взаимодействие органов социальной защиты и СМИ были проанализированы на основе данных экспертного интервью с руководителями областных масс-медиа и территориальных управлений социальной защиты.

Как отметили эксперты со стороны СМИ: *«Сейчас сложился такой стереотип, что информация по социальной проблематике не может быть востребована. Это не так...»*. Обе стороны отмечают необходимость более тесного сотрудничества, взаимодействия, налаживания постоянных профессиональных контактов. Оценивая степень информационной доступности материалов, эксперты утверждали, что в принципе пресс-служба Министерства социальной защиты населения работает в исследовательских целях или по долгосрочным проектам. Информация представителям СМИ предоставлялась, как правило, по официальным запросам журналистов. Однако в информационные блоки материалы практически не поступали. Следует отметить, что большинство журналистов не готовы к самостоятельному поиску социально значимых сюжетов, к систематиче-

ской разработке социальной проблематики в целом. Большинство их материалов носят эпизодический, случайный, поверхностный характер.

Но эксперты указывали также на то, что получить информацию у специалистов на местах крайне сложно. Приведем некоторые цитаты. *«Когда мы сами активно пытаемся какие-то контакты с МСЗН здесь наладить, то нас либо отправляют к какому-то конкретному человеку, который в данную минуту дать не может комментарий, так как он в командировке, но мы не получаем замену, больше никто не может дать этот самый комментарий...»*; *«...и там сидят люди, которые соблюдают субординацию и для согласования каких-либо вещей отправляют нас на инстанцию выше, практически в никуда»*; *«...даже если мы кого-то можем найти, просто отказывают нам в разговоре, может бояться гнева вышестоящего начальства или просто не хотят, думают, что это не их работа...»*. Информация в региональные СМИ доходит частично. Если все-таки отдельные пресс-релизы есть, то, как правило, они не всегда соответствуют профилю агентства, изданий, теле- и радиоканалов или запрашиваемой тематике. В содержательном плане крайне недостаточно информации, популяризирующей профессию, работу непосредственных социальных учреждений. *«Иногда, конечно, приходят пресс-релизы ...о каких-то опять же тех же самых спортивных мероприятиях, например, для инвалидов, но это бывает очень редко»*; *«...В основном шлют информацию о праздниках, устраиваемых для ветеранов, инвалидов, детей, семей с какими-то проблемами здоровья, то есть это конкурсы, фестивали, праздники... Но, к сожалению полезной информации для нас от МСЗН мы получаем очень мало...»*; *«...приходят редко... Либо это ответная реакция на какую-то проблему, как правило, не всегда приходящая вовремя»*; *«...либо редко-редко звонят люди из самого министерства. Но чтобы приходила информация регулярно, такого нет, то есть сами они этого не делают, насколько я помню»*; *«Просто информация, которая поступает к нам, достаточно скучна и однообразна»*.

В региональные издания информация чаще поступает не из столицы, а из областных небольших городов, что и отметили эксперты: *«Наша газета област-*

ная и у нас еще есть круг собкоров в городах области, которые там живут, а пишут в нашу газету...больше о социальной деятельности – вот оттуда идет поток...». Как правило, журналисты на местах сами выискивают информационный повод для размещения в силу ряда объективных причин: дискретный характер подачи материала, административные барьеры при получении дополнительных сведений. Многие эксперты обращают внимание на тот факт, что информацию о деятельности социальных учреждений на местах приходится буквально намерено «разыскивать» корреспондентам самостоятельно или она попадает в редакции из других структур и учреждений.

Что касалось информации, непосредственно из Министерства социальной защиты населения, то, как отмечают эксперты: *«Мы со всеми этими учреждениями в случае необходимости связываемся. Конечно, не всегда можно получить комментарий в тех или иных учреждениях...»*. Отмечалось также, что информация не всегда поступала оперативно и в необходимом объеме. *«Очень редко. Как правило, если информация и идет, то через посредников..., то есть какой-то прямой рассылки по электронной почте или обзвонов каких-то я не помню, чтобы такое было, чтобы позвонили и сказали, вот, ребята, смотрите важное мероприятие или новость»*. *«Кстати, еще периодически все-таки люди из МСЗН к нам на эфир приходят, но это опять же наша инициатива...2–3 раза в год»*.

Часто инициаторами материалов, размещенных в СМИ, по проблемам социальной сферы выступают читатели и слушатели, которые задают вопросы в редакции. Таким образом, стихийно создается информационный повод, который должен контролироваться и информационно наполняться с официальной стороны, тем самым регулируя в позитивном направлении общественный резонанс по социально значимым вопросам, пресекая домыслы и необоснованные рассуждения. *«Вот случай недавно, когда инвалида не пустили в самолет. У нас на пике интереса был интерактив на канале, люди в студию звонили, мы обсуждали проблему. Так, после эфира чиновник из министерства звонил и возмущался, а мы, между прочим, пытались перед эфиром с кем-нибудь связаться из мини-*

стерства, не получилось» – рассказал нам главный редактор федеральной радиостанции.

При анализе результатов групповых интервью руководителей территориальных управлений социальной защиты населения была определена специфика информационной работы со СМИ, выделены основные проблемы в текущей деятельности такого рода, обозначены ожидания от нормализации взаимодействия со СМИ. В процессе исследования респондентам не задавались конкретные вопросы, а использовался топик-гайд, который позволил в дальнейшем текстовый материал разбить на смысловые блоки и выделить определенные аспекты проблемы, проанализировать не только качественную информацию, но также выделить и некоторые количественные показатели в соответствии с поставленными задачами. В итоге было установлено, что в целом территориальные управления социальной защиты населения ведут очень осторожную информационную политику. Социальные учреждения, находящиеся в области, в большей мере ориентированы на контакты со средствами массовой информации местного значения. Только в одном случае из восьми руководители территориальных управлений социальной защиты населения городских округов или районов говорили о том, что имели опыт сотрудничества с ведущими областными, региональными печатными изданиями, теле- и радиоканалами. В большей мере это объясняется доступностью (*легко связаться с теми, кто рядом*) и своеобразным видением – определенным углом зрения руководителей на коммуникацию со СМИ, использование массовых источников только для непосредственной работы со своими клиентами с целью прямого информирования своей узкой целевой аудитории.

Что касается вопроса относительно того, какие формы работы со СМИ были бы предпочтительными с позиции эффективности коммуникации, то на первое место по значимости респонденты поставили публикации в прессе, на второе – телевизионными интервью, на третье – специальные мероприятия для прессы, на четвертой позиции оказались телевизионные репортажи.

Обратимся к анализу исследовательского материала, посвященному конкретизации текущих проблем информационного взаимодействия Минсоцзащиты и СМИ. 38 % респондентов из числа, участвующих в обсуждении этого вопроса, подчеркнули недостаточный уровень знаний журналистов в сфере социальной политики. Представим в подтверждение некоторые выдержки высказываний: *«...много излишнего субъективизма в оценке событий»*; *«Периодически в публикациях встречается неправильное наименование управления, учреждений. Это дезориентирует население, порой создает у граждан превратное представление о направлении и характере работы...»*; *«Субъективная и зачастую необъективная подача материала»*; *«Непонимание важности и значимости информации о реализации законодательства в сфере социальной помощи и поддержки»* и т. д.). Проблема того, что журналисты корректируют информационные материалы без согласования, тем самым очень часто искажая смысл, допуская неточности, была поставлена каждым пятым из участвующих в исследовании. Руководители говорили следующее: *«...редактируют информацию с целью уменьшения объема, в результате она оказывается не достоверной»*; *«По мере предоставления ответа по запросу СМИ в публикациях сокращают информацию, чем вызывают дополнительные вопросы со стороны граждан, тем самым серьезно осложняют нам работу»*. Одна треть упоминаний связана с приоритетностью публикации статей по социальной проблематике: *«...не всегда можем убедить журналистов в важности и значимости планируемых мероприятий»*; *«Информацию публикуют, когда она утратила свою актуальность, и мы уже завалены звонками и обращениями»*. Каждый четвертый руководитель, из числа участвующих в дискуссии по данному вопросу, указал на сложности бесплатного размещения своих материалов в средствах массовой информации. Это достаточно серьезная проблема, так как затрагивает интересы многочисленной группы мало защищенных граждан, интересы государства в области реализации социальной политики, интересы профессиональной сферы, которая призвана решать самые сложные социальные проблемы. В 22 % упоминаний поднимается вопрос о проверке той информации, которая предоставляется населению (*«...очень ча-*

сто у сотрудников социальной защиты нет возможности судиться, искать возможности оправдать свое честное имя, им нужно работать...»; «Отмечаются и случаи допущения неточностей. Нередко информация искажается: неправильное название учреждения, должности, Ф.И.О, фактов»; «Иногда преподносится точка зрения только одной из заинтересованных сторон»). Необходимо обратить внимание на то, что во многом процесс несоздания конфликтной или напряженной ситуации в обществе, осложнения условий работы сотрудников территориальных управлений социальной защиты населения, социальных служб и организаций связан с уровнем профессиональной компетенции конкретного журналиста, с его желанием разобраться в ситуации и подать материал в корректной форме, учитывая интересы СМИ, населения и профессионального сообщества специалистов в сфере социальной работы. («В 2007 году, когда началась выплата ежемесячного пособия по уходу за ребенком и механизм финансирования не был отлажен, на наше управление поступила жалоба о невыплате такого пособия. Корреспондент ... провела в Управлении более часа, ей пояснили, как происходит выплата, откуда деньги, после чего последовало интервью с сотрудниками ФСС. Очень скоро необходимые для выплаты средства на нашем счету появились. Не было истерики, дешевой сенсации, было взаимодействие в интересах получателей пособий»). То, что не удастся наладить регулярный контакт со СМИ, отметили всего три руководителя территорий. Скорее всего это проблема связана с социальным запросом на повышение общего уровня коммуникационных компетенций специалистов. Необходимо остановиться и обратить серьезное внимание представителей масс-медиа на проблему манипулирования незащищенными категориями граждан во время выборных компаний. Информация по этому поводу активно продвигается в СМИ и несет за собой целый ряд негативных последствий («...в период проведения выборных кампаний кандидатами в СМИ предоставляется информация, содержащая недостоверные сведения, обещания пенсионерам о различных видах выплат, услуг, не предусмотренных действующим законодательством. При этом газетное издание не всегда предоставляет возможность выступить с комментариями. По окончании вы-

борной кампании специалистам управления соцзащиты приходится работать с каждым обманутым гражданином»; «...социально незащищенные слои населения становятся заложниками во время публикаций кандидатов, участвующих в выборах местного уровня».

Исследования проблемного комплекса текущей коммуникации необходимы не только для своевременной регистрации отдельных фактов, имеющих место в практике, но и для обозначения возможных направлений коррекции взаимодействия. Для представления более полной картины необходимо проанализировать также и позитивный опыт работы учреждений социального обслуживания населения со СМИ. Информация была озвучена 43 % респондентами из числа всех руководителей. Очень много позитивных отзывов с их стороны (55 % от числа ответов) связано с активной поддержкой СМИ компании по монетизации льгот. О том, что практика активного взаимодействия с местными СМИ хорошо выстроена, заявили шесть руководителей, постоянная рубрика в газете ведется на четырех территориях. Своевременное и адекватное информирование населения приводит не только к увеличению статистических показателей обращений нуждающихся граждан за пособиями и выплатами, но и к уменьшению обращений населения за разъяснениями, что существенно облегчает текущую работу специалистов территориальных управлений. Многие из выше обозначенных проблем, например тема опеки и попечительства, не могут быть решены без активного содействия со стороны масс-медиа. Это во многом связано не только с постоянными изменениями в законодательстве, административными барьерами и бюрократией, но и с необходимостью работать с населением, делать попытки повлиять на общественное мнение. В этом направлении со стороны респондентов поступили достаточно интересные предложения к СМИ, например, запускать короткие телевизионные сюжеты или заметки о деятельности учреждений соцобслуживания (по принципу *бегающей строки* – информация для населения о поступлении материальной помощи; розыск родственников; просьба о помощи конкретным лицам; приглашение граждан на различные акции и мероприятия социальной направленности и т. п.). В некоторых местных СМИ ведется рубрика

«Ау, родители!», по средствам которой осуществляется жизнеустройство детей в семье. Востребованы со стороны населения, по мнению респондентов, были бы «телезарисовки» с конкурсов «Женщина года», «Самый лучший папа», «Мы все можем», «Искусство дарует радость» и т. д.

Прогнозируя изменение характера взаимодействия со СМИ, руководители территориальных управлений соцзащиты населения ожидали в первую очередь, повышения общего уровня информированности населения о своих социальных правах (отметил каждый второй респондент). Каждый четвертый отметил необходимость активно развивать социальную рекламу не только для решения острых социальных проблем, но и с целью поддержки имиджа системы социальной защиты населения. Именно при поддержке СМИ в условиях экономического кризиса возможным видится привлечение спонсоров и развитие волонтерских движений.

Все высказанные пожелания можно типологизировать в следующие группы: 18 % всех ожиданий связано с изменением формы организации процесса подачи материала для населения. Респонденты предлагают СМИ активнее использовать практику комментариев специалистов по социальным проблемам, привлекать к дискуссии публичных людей; 36 % высказываний касается тематической представленности материалов. Каждое третье пожелание имеет отношение к организации процесса анализа информационных материалов: процедуре согласования и предварительной проверки информационных материалов; 87 % – ориентировано на достижение конкретных результатов.

Итак, проблема неопределенности представлений о социальной работе как профессии в массовом сознании жителей Свердловской области, отражающаяся на специфике профессионализации этого вида деятельности в российских условиях, связана с рядом следующих проблем коммуникации населения, региональных СМИ и органов социальной защиты населения Свердловской области.

Представители современных масс-медиа имеют ограниченное представление о социальной защите населения, недооценивают институциональные возможности социальной работы. Специфика деятельности в сфере социальной

работы связана с определенными требованиями к членам профессионального общества. Необходимость иметь разностороннее социально-гуманитарное образование для решения текущих задач, высокая эмоциональная нагрузка, ограниченный уровень заработной платы – это те характеристики, которые должны быть поняты и восприняты представителями современных СМИ. Специфичен также и клиент большинства социальных служб. Самые незащищенные категории граждан очень чувствительны к восприятию информации, касающейся их интересов не только в материальном, но и в морально-этическом плане.

Также необходимо формировать и поддерживать положительный образ социальной защиты населения, способствовать снятию имеющихся негативных установок граждан в отношении учреждений социального обслуживания, например, целенаправленно работать над искоренением представления о том, что надо «ходить, просить, выбивать» и т. д., сложившегося вследствие длительного процесса трансформации системы социальной защиты населения области.

В результате эмпирических исследований выявлена *недооценка руководителями социальных учреждений значимости освещения в СМИ своей работы*, а также *неготовность* специалистов в сфере социальной работы, в большей мере чиновников-управленцев, *к полноценному сотрудничеству со СМИ* из-за бюрократизации аппарата управления, требований четкой регламентации аспектов информационной деятельности.

Кроме того, было установлено, что в штате территориальных управлений социальной защиты населения нет специалистов, отвечающих напрямую за информационную работу со СМИ. Такого рода деятельность является дополнительной к основным обязанностям сотрудников, что влечет за собой проблему нехватки временного ресурса, коммуникативных компетенций специалистов, иллюстрирует отсутствие умений и навыков подобной работы. С другой стороны, выявлены нарушения коммуникации внутри системы Министерства социальной защиты населения: не используется в полной мере потенциал пресслужбы, информация с территорий не доходит до специалистов, профессиональ-

но занимающихся практикой пиар, таким образом не всегда попадает в информационное поле Свердловской области.

Выявлена необходимость в коррекции отношений СМИ и территориальных управлений соцзащиты населения в направлении формирования уважительного отношения сторон, вступающих в коммуникацию, в направлении сотрудничества. В партнерстве МСЗН и СМИ есть внутренний потенциал профессионального взаимодействия и взаимопонимания. Требуется не только установление формальных процедур проверки данных и согласования материалов, но и более глубокое понимание тех проблем и вопросов, которые освещаются или должны освещаться масс-медиа.

На текущий момент в массовом сознании социальная работа ассоциируется исключительно с непосредственным уходом за нуждающимися «социально незащищенными» людьми, оказанием помощи тем, кто оказался в непрестижном социальном положении. И хотя общественное мнение упускает значимость других сторон этой профессии (например, поддержка материнства и детства), отдается дань усердию и работоспособности ее представителей. Сужается профессиональное поле социальной работы, тем самым затрудняется процесс ее профессионализации. Это во многом связано с влиянием тех образов, которые формируются сегодня СМИ, нацеленными на освещение негативных аспектов социальных проблем («жареных» фактов) и часто упускающими положительные стороны профессиональной практики. Они, как правило, доминируют в сознании людей, не имеющих опыта обращения в социальные службы, объясняя упущенные возможности, трансформируют представления реальных клиентов учреждений социального обслуживания.

Для представителей СМИ важно обратить внимание на проблему создания информационных материалов, затрагивающую интересы незащищенных социальных групп, демонстрирующую всю свою сложность и амбивалентность. С одной стороны, встает необходимость корректного использования терминологии, точной передачи фактологического материала. С другой стороны, важно не только не допустить искажения прямого смысла публикации, но и постоянно

думать о «конечной области ее значения», которая влияет на формирование поля жизненного опыта читателей. Сегодня именно информационные материалы СМИ активно влияют на общественное мнение, в частности формируя отношения людей к органам социальной защиты, профессиональному сообществу социальных работников и социальным проблемам в целом.

5.2. ПРАКТИКА СОЗДАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Согласно результатам исследований имиджа профессиональной социальной работы, проведенных в 2008–2010 гг. в Свердловской области, первоочередной проблемой коррекции сложившегося имиджа социальной работы является *изменение подхода к организации информационной работы.*

Особое внимание в деятельности СМИ и органов социальной защиты населения необходимо уделять не только количественным показателям, но и качественным характеристикам информационных материалов.

В ходе непосредственной коммуникации со средствами массовой информации рекомендуется уделять особое внимание формированию образа специалиста, работающего в органах социальной защиты населения Свердловской области. Ключевым ресурсом в данном случае будет являться *высокий уровень профессиональной компетенции, высшее специальное образование, содержательная сторона деятельности, а также позитивный эмотивный образ специалистов и руководителей социальных учреждений.* Для этого необходимо подчеркивать, что специалист по социальной работе по уровню своей квалификации – это профессионал, который обладает определенными компетенциями и способен оказывать помощь на высоком профессиональном уровне. Органам социальной защиты населения рекомендуется систематически (планово) представлять средствам массовой информации материалы о молодых успешных специалистах, окончивших вуз и получивших специальное образование, а также о специалистах, которые имеют большой практический опыт работы и постоянно повышают свой уровень профессиональной компетенции. Информационные ма-

териалы должны отражать идею готовности специалиста по социальной работе подобрать и предложить клиенту тот вид помощи, который ему действительно необходим. Рекомендуется акцентировать внимание на том, что сегодня в учреждениях, входящих в систему органов социальной защиты населения, подведомственных Министерству социальной защиты населения, работают профессионалы, которые компетентны в оценке состояния и потребностей клиента (будь то «сложная жизненная ситуация», требующая всех видов помощи, начиная от подбора одежды и горячего питания до восстановления документов, или ситуация молодой семьи, для которой необходимы такие виды услуг, как консультации, психологическая, юридическая помощь и т. д.).

Так, важными имиджевыми характеристиками, формирующими личностный портрет специалиста по социальной работе, являются готовность помочь, компетентность в сфере соблюдения социальных прав, выдержка и неравнодушные к своим клиентам. Обостряется необходимость в искоренении бытующего в массовом сознании *стереотипа*, что успешные люди и люди, у которых нет собственного опыта преодоления трудных жизненных ситуаций, не выбирают сферу социальной защиты для работы. Образ социального работника формируется не только усилиями средств массовой информации, но и реальным обликом специалистов, непосредственно работающих с людьми. Не все граждане сталкиваются с ними, решая свои проблемы. Поэтому важно, чтобы люди как можно больше знали о них. В 1990-е гг. средства массовой информации нашей области постоянно представляли аудитории новых специалистов, рассказывали об их работе. И это сыграло свою положительную роль в развитии имиджа социального работника в регионе. Сегодня такая практика является достаточно редкой, как справедливо отмечают сами журналисты, их сюжеты сводятся к освещению культурно-массовых мероприятий.

Информационная работа в органах социальной защиты населения должна строиться с использованием современных технологий связей с общественностью. При формировании ключевых идей, сообщений (месаджей) о деятельности социальных служб и их работников, которые специалисты по информационной рабо-

те доносят до СМИ, должна поддерживаться следующая смысловая направленность: современная социальная защита населения – это деятельность по поддержке гармоничного развития общества, лучших и перспективных социальных образцов жизни граждан – полноценного родительства, материнства и отцовства, счастливого детства, успешной самореализации граждан с ограниченными возможностями здоровья, достойной жизни граждан почётногo возраста и т. д. Меры социальной поддержки направлены на поддержку не только социально незащищённых членов общества, но и на *социально перспективных*. В этой связи важно рассказывать об инновационных технологиях социальной работы, например, технологии работы с семьей и детьми – *социальная поликлиника*, в основе которой положен мультидисциплинарный подход к обслуживанию клиентов; об участковых и бригадных методах работы с клиентами, открывающих возможности осуществлять мониторинг состояния всех жителей определённого участка, формировать выездные бригады в соответствии с запросами граждан, организовывать выезд в отдалённые территории специалистов различных направлений деятельности: медицинской, собственно социальной и т. д. Основные мессиджи должны также отражать идеи социальной взаимопомощи, роль общественных инициатив современного гражданского общества, что связано с работой общественных организаций и благотворителей.

Одним из значимых направлений формирования позитивного имиджа социальной работы является *популяризация корпоративного стандарта этики* социального работника, регламентирующего все аспекты его социального взаимодействия с населением, СМИ и коллегами. Следует скорректировать единый фирменный стиль, ввести в практику непосредственной деятельности учрежденной на территориях культуру использования единообразно маркированных бумажных и электронных бланков, конвертов. Это возможно осуществить благодаря единому графическому решению и определенной цветовой гамме. Необходимо отразить социальную направленность, так как по заключению специалистов (дизайнеров, психологов) сегодня геральдическая закрытость символики вызывает отторжение восприятия. Модернизация государственных коммуника-

ций на основе современного фирменного стиля вызвана практической необходимостью поддержания социального доверия, целесообразна для осуществления полноценной социальной и экономической коммуникации. Стиль выполняет функцию социального интерфейса государственных учреждений и власти в целом, положительное восприятие которой в комплексе с другими факторами зависит от привлекательности ее внешних *маркеров*¹. Кроме того, рекомендуется использовать в деятельности календари, социальные плакаты, баннеры, растяжки. Стоимость такого рода рекламных носителей сегодня достаточно велика, но основную часть составляет креативная разработка и смысловое наполнение. Данная проблема может быть решена благодаря привлечению молодых специалистов-дизайнеров (студентов вузов и художественных училищ) на условиях участия в творческом конкурсе, что, с одной стороны, позволит частично решить вопросы разработки макетов, с другой стороны, сам конкурс будет выступать как коммуникационный канал с молодежью и информировать данную целевую аудиторию о деятельности учреждений, входящих в систему органов социальной защиты населения Свердловской области. Подобная практика взаимодействия государственных структур, частного бизнеса и образовательных учреждений успешно реализуется в Санкт-Петербурге с 2007 г. (конкурс социального плаката «Социальная реклама – альтернативный взгляд»). Данная технология достаточно перспективна, так как в среде профессионалов рекламного рынка социальная реклама считается наивысшей формой реализации профессионализма творческой личности. Основное условие – социальный плакат не должен восприниматься в традиционной трактовке: он не должен быть отталкивающим, шокирующим или официозным, он должен заинтересовывать общество креативным нестандартным подходом к видению и решению проблемы. Таким образом, в подобном плакате не допускается использование шаблонных визуальных и словесных образов, также не допускается эстетизация насилия и образов, создающих негативный фон и вызывающих в людях страх и стресс.

¹ Родкин П. В. Дизайнер лучший друг чиновника // Архитектоника. М., 2007. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://architektonika.ru/2007/12/10>.

Кроме того, рекомендуется использовать как инструмент социальную рекламу, так как её предметом, как правило, является идея, которая должна обладать определенной социальной ценностью. Социальная реклама часто рассчитана на самую широкую аудиторию, которую должны волновать общечеловеческие проблемы: борьба с насилием, охрана природы, здоровье детей (и общества), наркомания, СПИД. Цель социальной рекламы – изменить отношение публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе – создать новые *социальные ценности*.¹ Проекты по социальной рекламе – это сегодня одна из наиболее эффективных форм диалога между государственными структурами, общественными организациями и бизнесом. Примеры успешных российских проектов можно посмотреть на сайте *Социальная реклама*².

Одним из наиболее перспективных направлений информационной работы с целью коррекции имиджа социальной работы, совершенствования практики оказания государственных услуг нуждающимся категориям граждан, а также инструментом, позволяющим активизировать ресурс благотворительности и волонтерства среди населения, является сайт как ключевая информационная площадка органов социальной защиты населения. Рекомендуется скорректировать работу в интернет-пространстве с учетом потребностей и возможностей целевых аудиторий (клиентов, журналистов, потенциальных спонсоров, волонтеров и т.д.), на которые будет рассчитана информация различного содержания.

Создание позитивного имиджа профессии во многом связано с тем образом, который сегодня формируется в информационном пространстве. Однако, нельзя недооценивать важность работы, направленной на решение вопросов по организации деятельности, на развитие профессионального сообщества, его профессионализацию «изнутри». Требуется решения проблема взаимодействия образовательных учреждений и органов социальной защиты населения как «потенциальных работодателей». Высшие учебные заведения региона, ведущие подготовку в сфере социальной работы, могут и должны рассматриваться как иссле-

¹ Астахова Т. В. Хорошие идеи в Америке рекламируют // Деньги и благотворительность. М., 1994.

² Информационно-аналитическое агентство «Социальная реклама». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.socreklama.ru>.

довательские центры и лаборатории, тогда как социальные учреждения вполне могут выступать экспериментальными площадками. Идеология профессионального сообщества должна формироваться со студенческой скамьи. Требуется четкая ориентация кадровой политики органов социальной защиты населения на привлечение молодых квалифицированных кадров.

Согласно предложенным рекомендациям в Министерстве социальной защиты населения Свердловской области были созданы рабочие группы по модернизации информационной работы и кадровой политики органов социальной защиты населения Свердловской области. В рамках этой деятельности по одному из направлений была предложена и успешно апробирована *модель информационной работы*, направленная на повышение качества оказываемых населению социальных услуг, коррекцию сложившегося имиджа социальной работы, повышение ее престижа в обществе.

Информационная работа в государственном аппарате приобретает всё большее значение, становясь ключевым инструментом обеспечения прозрачности госаппарата и фактором его эффективности. Об этом свидетельствует послание Президента Д. А. Медведева Федеральному собранию Российской Федерации 12 ноября 2009 г., в котором озвучена потребность современного гражданского общества в информации о деятельности органов государственной власти, в открытом обсуждении: «Перемены к лучшему происходят лишь там, где есть возможность для открытого обсуждения возникающих проблем, для честного соревнования идей, определяющих методы их решения, где граждане ценят общественную стабильность и уважают закон. И в то же время могут брать на себя ответственность за положение дел в своём посёлке или городе, понимают, что только активная позиция приводит в движение тяжёлую машину государственной бюрократии»¹. Главным критерием эффективности демократического государства президент прямо называет «следование законным интересам и учёт мнений всех граждан России независимо от их национальности, религиозных, политических и иных убеждений». Он четко определяет место открытости государ-

¹Сайт Президента России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru>.

ственного аппарата в одной связке с антикоррупционной деятельностью: «все сферы государственного управления должны стать открытыми для общества, включая деятельность органов государственной власти». Подводя итог сказанному, можно утверждать, что проблема информационной открытости органов государственной власти напрямую связывается с вопросом эффективности функционирования государственного аппарата. Эффективность в свою очередь зависит от практики преодоления коррупции и открытого диалога с населением, в том числе при активном взаимодействии со средствами массовой информации.

Озвученные Д. А. Медведевым положения нашли своё закрепление в Федеральном законе от 9 февраля 2009 г. № 8 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», который вступил в силу с 1 января 2010 г. В новом законе существенно расширен охват информационной деятельности госструктур и понятие информационной прозрачности госаппарата, которое прежде ассоциировалось в основном с открытостью при посредничестве СМИ¹.

Новый закон смещает фокус в проведении информационной работы с посредничества СМИ, ранее занимавших прочное положение основных акторов информационного пространства, в сторону прочих пользователей информации, среди которых названы граждане, организации, госструктуры.

Эффективность государственного управления находит свое отражение в общественном мнении благодаря тем проблемам, которые становятся актуальными в повестке дня, благодаря не только содержанию, но и форме подачи информационных материалов средствами массовой информации, формирующими информационное поле региона. Это, очевидно, объясняется тем, что большая часть мира находится за пределами достижимости современного человека, поэтому каждый из нас не в состоянии осуществить верификацию данных, которые нам преподносят средства массовой коммуникации. Согласно одной из позитивистских теорий главное воздействие СМИ на аудиторию состоит в «построении

¹ Закон о средствах массовой информации. Федеральный закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 // Российская газета. 2007. 28 ноября.

повестки дня» (*agenda-building* или *agenda-setting*). Когда СМИ обращаются к тем или иным событиям и проблемам, они начинают восприниматься аудиторией в качестве наиболее важных и заслуживающих внимания: в сознании ее членов происходит *воспламенение* (*priming*) соответствующей проблемной зоны за счет остальных зон. Тем самым формируется соответствующая *повестка дня*, т. е. особая медиа-реальность, картина мира, профильтрованная через средства массовой информации. Эффект установления повестки дня можно определить как «акт веры в суждения средств массовой информации»¹ при отсутствии возможности оценить ту или иную ситуацию лично.

Социальная работа является в большей степени *скрытой* для массовой аудитории сферой деятельности, чем многие другие социальные профессии – работа учителя, медика и т. д., поскольку личный опыт общения с работниками этой сферы у населения в целом минимален как у представителей СМИ, так и у прочих проводников общественного мнения и представителей *успешной* части населения. Это связано с тем, что деятельность органов соцзащиты направлена во многом на социально-уязвимую часть общества, группы социального риска, стигматизированные в общественном сознании и, очевидно, не оказывающиеся в фокусе масс-медиа.

Современные реалии информационного общества и законодательно закреплённые требования повышают значимость информационной работы в государственных структурах, в том числе и в сфере социальной защиты населения. Абстрагируясь от правового подхода, который обращает внимание на аспекты обязательного характера в терминах: *требования, обязанности, ответственность*, можно акцентировать внимание на другом рациональном зерне этой работы. Речь идёт непосредственно о совершенствовании практик текущей деятельности, работе над имиджем органа власти². В контексте понимания имиджа органа государственной власти затрагиваются аспекты эффективности его функ-

¹ Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург, 1999. С. 62; Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 2006. С. 261–276.

² Сухотерин Л., Юдинцев И. Информационная работа в государственном аппарате. М., 2007. С. 236–336.

ционирования, которые оцениваются помимо всего прочего в категориях доверия общества к работе этого органа власти и к государственной власти, которую этот орган представляет.

Таким образом, существует очевидная зависимость между активной информационной политикой, присутствием в информационном поле сообщений о деятельности того или иного органа власти и степенью доверия населения к данному органу власти и собственно его эффективности. Другими словами, существует взаимосвязь между имиджем системы социальной защиты населения как эффективного субъекта исполнительной власти и степенью ее открытости, как с точки зрения реагирования на запросы населения, так и с точки зрения присутствия в информационном пространстве, создаваемом СМИ.

Противоречие в оценках и восприятиях социальной работы аудиторией даёт повод говорить о том, что информационная работа территориальных органов социальной защиты упускала какие-то важные моменты. Другими словами, информационная работа государственных органов не использует в полной мере свой потенциал, чтобы работать на свой имидж, который должен включать аспекты социального прогресса, а не только социальной помощи.

В связи с этим была разработана и успешно внедрена в практику *Концепция информационной работы*, работающая на имидж сферы социальной защиты населения Свердловской области¹.

Информационная работа органа власти в контексте взаимодействия со средствами массовой информации как посредника между исполнительной властью и населением включает в себя три формы коммуникации – собственно *информационную, имиджевую и экстренную*. Это деление было произведено по трём наиболее актуальным целям информационной политики органа власти: цели обеспечения доступности информации о деятельности органа власти для повышения качества оказываемых государственных услуг (*текущая информационная работа*); цели повышения доверия к органу власти со стороны населения

¹ Певная М.В., Пермякова П.Ю. Социологические аспекты изучения имиджа социальной работы. Информационная модель формирования. Екатеринбург, 2009.

(*имиджевая работа*); цели противодействия негативной информации, которая попадает в информационную повестку дня с определенной долей периодичности (*экстренная работа*). Безусловно, все три формы в конечном счете работают на имидж социальной работы и органов социальной защиты населения области, но по каждой форме отличительная специфика особенно проявляется в технологическом цикле ее реализации в реальной практике.

Применительно к системе органов социальной защиты населения Свердловской области эти три формы трактуются следующим образом. Собственно *информационная работа* – это текущая деятельность, доведение до общественности сведений о мерах социальной поддержки, социальных услугах, изменениях в социальном законодательстве, деятельности по социальной защите на территории в целом в рамках реализации прав граждан на получение информации о деятельности органов государственной власти и государственных учреждений. *Имиджевая* – это доведение до общественности специфических сведений, о тех или иных формах и видах деятельности по социальной защите населения на территории в рамках целенаправленной работы по укреплению имиджа органов социальной защиты и профессионального сообщества специалистов этой сферы. *Экстренная работа* – это доведение до общественности реальных, объективных, точных сведений о каком-либо аспекте, проблеме, касающейся деятельности в сфере социальной защиты, в рамках реализации права граждан на получение сведений о деятельности органов государственной власти и государственных учреждений.

В целом момент упущенного имиджевого потенциала при информационной работе органов социальной защиты населения можно описать одной фразой – нужная информация не доводится до общественности в нужное время и в нужном виде. В этом контексте не случайно используется слово «нужная», поскольку качество информации и методы её подачи заслуживают отдельного разговора. Информационный процесс, играющий на пользу имиджа того или иного органа власти, состоится лишь в том случае, если информация, которая в рамках него

продуцируется во внешнюю среду, будет востребована всеми участниками процесса – и органом власти, и СМИ, и общественностью.

Формируемый уровень доверия населения к органам государственной исполнительной власти, в частности органам социальной защиты населения при активизации информационной работы, может стать одним из направлений повышения социальной активности населения в целом, способствовать привлечению граждан к решению социальных проблем нуждающихся категорий, взаимопомощи, благотворительности, волонтерству или добровольчеству. За последнее десятилетие происходит развитие технологий социальной работы, качественные изменения в организации работы системы социальной защиты населения, в этих условиях именно система социальной защиты населения может взять на себя роль инициатора развития гражданских инициатив.

6. АКТИВИЗАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК СУБЪЕКТА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

За последние 20 лет российский народ неоднократно находился в ситуации, когда уровень доверия государству, структурам, которые призваны отвечать за достойное существование граждан, опускался на самые низкие позиции. Государственные институты оказывались в ситуации «управленческого бессилия» в условиях экономической дестабилизации и политических трансформаций. На смену патерналистской модели социалистического государства пришла модель экономически свободного общества, базирующаяся на идеях перевода экономики на рыночные методы хозяйствования и гражданского общества. Активное развитие новых политических идей, определяющих гражданское общество как центральную силу новой государственной архитектуры, столкнулось в реальной практике с целым комплексом противоречий. Одним из них была *неготовность населения к резкому сокращению роли государства*. В этой связи на повестку дня решения социальных вопросов выходила активность людей, способных *решать свои проблемы самостоятельно*. Однако стартовые условия людей с разным уровнем возможностей оставлял за чертой неблагополучия самые незащищенные социальные группы. Логика новых социальных практик не всегда приводила к тому, что население имело возможности, испытывало потребность и желание объединяться с целью решения возникающих трудностей, защиты своих прав и интересов. В конце XX в. проявилась противоречивая логика формирования общественной активности населения.

С одной стороны, развитие гражданского общества в постсоциалистических странах шло по пути формирования общественных организаций при экономическом и идеологическом содействии международных организаций как действующих социальных институтов, предполагающих новый способ производства благосостояния. С другой, – рассматривались и рассматриваются как манипуляторный ресурс в политической сфере. Кроме того, перенос модели гражданского общества с Запада на российскую почву предполагал перенос целого комплекса

общественных и институциональных форм. Этот процесс сопряжен с целым рядом субъективных и объективных факторов, в том числе с развитием нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность в сфере НКО, с практикой государственного стимулирования активности *сверху*, с изменением отношения населения к разным формам гражданской активности и благотворительности в частности.

В течение всей советской истории среди населения источником проблем и благополучия рассматривалось государство. Оно принимало на себя высокие социальные обязательства при ограниченных ресурсах, обеспечивало схемы социальной заботы и социального контроля¹. В этих условиях социальная активность самого населения достаточно длительное время оставалась не востребовавшей и нереализованной.

Таким образом, с учетом социокультурной и исторической специфики, повлиявшей на формирование стойкого убеждения большинства населения в значимой активности государства как единственного механизма решения социальных проблем, а также массовой юридической *безграмотности*, процесс формирования общественных организаций от населения *снизу* испытывает достаточные сложности. Хорошо образованные граждане в урбанизированных центрах через гражданские организации получали доступ к ресурсам и к восходящей социальной мобильности. Одновременно менее образованные люди, женщины, дети, жители сельской местности ничего в итоге не получили². Неравные возможности жителей разных территории были выявлены и в наших исследованиях. Так, в 2010 г. каждый десятый житель крупных городов, таких как Екатеринбург и Н. Тагил, обращался хотя бы раз в жизни в общественные организации, в средних по численности городах области число таких респондентов составило 8 % от числа опрошенных, в сельской местности – только 3 %³.

¹ Советская социальная политика 1920–1930 годов: идеология и повседневность / Под ред. П. Н. Романова, Е. Р. Ярской-Смирновой. М., 2007. С. 22.

² Общественные движения в России: точки роста, камни преткновения / Под ред. П. Н. Романова, Е. Р. Ярской-Смирновой. М. 2009. С.100.

³ Опрос населения Свердловской области. 2010.

На 1 октября 2006 г. в стране было зарегистрировано 665 623 некоммерческие организации, из которых 306 603 представляли собой учреждения, включая органы государственной и муниципальной власти. Остальные 359 020 единиц – это структуры гражданского общества, оформленные в качестве зарегистрированных организаций. Их число довольно быстро увеличивалось. Так, с начала 2001 г. оно возросло к 2006 г. на 34 %¹. На сегодняшний день примерно половина от общего числа зарегистрированных организаций третьего сектора приходится на учреждения, общественные и религиозные организации. Динамика изменения их численности за период 2004–2009 гг. показала наибольшее, а в некоторых случаях и абсолютное сокращение. Общее число сократилось почти на 17 %².

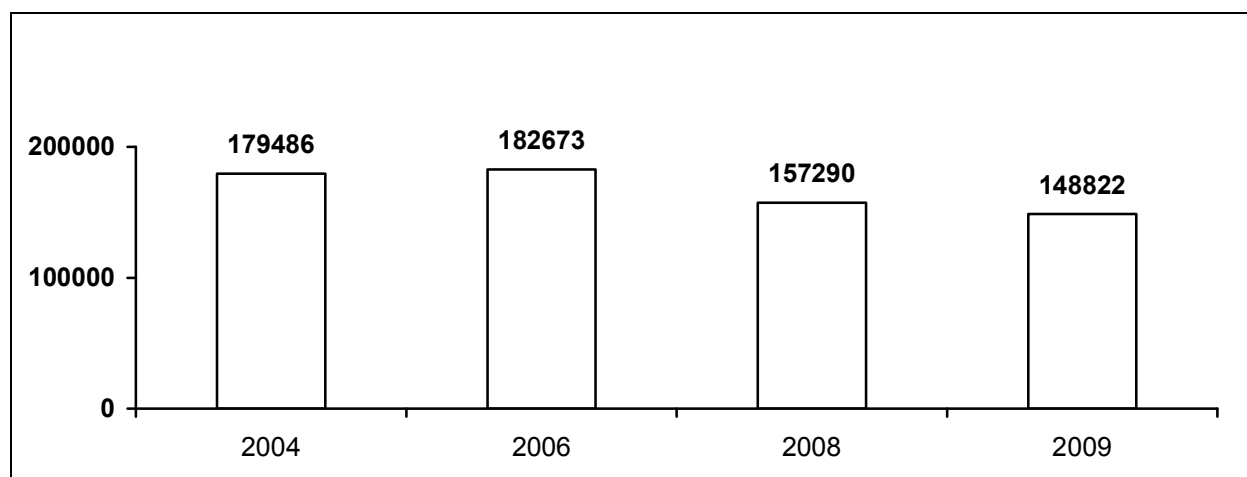


Рис. 8. Динамика численности членов общественных и религиозных объединений

Увеличение числа НКО в России, которое наблюдалось к началу 2007 г., было стимулировано созданием Общественной палаты РФ и другими действиями государства, направленными на поддержку некоммерческих организаций (в том числе эти действия могли побудить и создание новых НКО с целью получения средств государственной поддержки). В свою очередь, некоторое сокращение числа НКО в России в 2008 г. объясняется повышением государственного контроля со стороны государственных органов в отношении НКО, а именно –

¹ Доклад Общественной палаты Российской Федерации о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. М., 2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oprf.ru/files/files/doklad.pdf>. С. 5.

² Ежегодный доклад Общественной палаты Российской Федерации о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. М., 2009. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oprf.ru/documents/1151>. С. 20.

вступлением в силу и реализацией поправок в закон об НКО, ужесточающих порядок регистрации и отчетности некоммерческих организаций перед контролирующими и регистрирующими государственными органами¹. Таким образом, сегодня на 1000 россиян приходится 1 некоммерческая организация. В Свердловской области в 2008 г. было зарегистрировано 7287 НКО, в числе которых 6057 религиозных организаций, 809 некоммерческих партнерств, 267 автономных некоммерческих организаций и 152 других НКО². Больше всего в Свердловской области религиозных организаций, которые оказывают различные услуги, но преобладают среди них именно социальные услуги. Действительно, церковь – та же общественная организация, которая платит налоги и имеет собственное производство, на котором работают люди, живущие при храмах и больницах. Поэтому преобладающей сферой является оказание социальных услуг. К 2009 году общее число НКО сократилось до 7234, при этом увеличилось число некоммерческих партнерств до 852 и автономных некоммерческих организаций до 290³. В Свердловской области на 1000 жителей приходится практически 2 некоммерческие организации.

В структуре реально работающего третьего сектора сегодня преобладает социальная работа и благотворительность (54 % и 39 % соответственно), деятельность в сфере науки и образования (44 %), защиты прав человека (42 %), досуга, туризма и спорта (32 %), культуры и искусства (30 %), информационной сфере и СМИ (27 %), здравоохранении (22 %), охраны окружающей среды (12 %), управлении и экономики (15 %), духовно-религиозной сферы (9 %), сферы ЖКХ (5 %)⁴.

¹ Грищенко А. В. Формируемый целевой капитал некоммерческой организации // Справочник экономиста. 2010. № 5 (83).

² Общая характеристика организаций Свердловской области на 01.01.2008 год: статистический бюллетень // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. Екатеринбург, 2008. С. 31.

³ Общая характеристика организаций Свердловской области на 01.01.2009: статистический бюллетень // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. Екатеринбург, 2009. С. 30.

⁴ Исследование «Благотворительность в условиях экономического кризиса» проводилось в 2009 г. при поддержке Посольства Королевства Нидерландов в России. Организаторы исследования: САФ Россия, исследовательская группа ЦИРКОН, PricewaterhouseCoopers, Форум доноров. Целью исследования являлось получение информации от представителей некоммерческих организаций, корпораций и частных фондов для анализа текущего состояния некоммерческого сектора и сферы благотворительности в России.

Жизнеспособность и эффективность многих общественных организаций зависит от количественных и качественных характеристик финансирования. На текущий момент можно говорить о трех основных источниках: поддержке международных фондов и организаций, государственной поддержке гражданских инициатив и благотворительности в разных ее формах. В 2006 г. треть НКО назвали в числе источников доходов пожертвования коммерческих организаций, почти столько же – членские взносы и собственную хозяйственную деятельность. Доля НКО, финансируемых зарубежными организациями, существенно меньше (такой источник дохода заявлен 17 % НКО). Однако объемы поступлений от зарубежных организаций значительны: для 8 % НКО зарубежные организации являются основными донорами; примерно для такого же числа НКО основными источниками доходов являются членские взносы и пожертвования коммерческих организаций. В условиях экономического кризиса корпоративная благотворительность как источник финансирования некоммерческих организаций сократилась более чем на 25 % в 2008 г. и на 30–50 % в 2009–2010 гг.¹ Всего в 2009 г. государством на поддержку третьего сектора было выделено 1,2 млрд руб.²

Именно источники финансирования во многом определяют характер и приоритетные направления деятельности НКО. В частности, организации, получающие средства из федерального, региональных или местных бюджетов, а также внебюджетных фондов, чаще других реализуют программы, направленные на социальную защиту и помощь, работу с молодежью, организацию досуга и массовых мероприятий, развитие культуры, религии. Приоритетные виды деятельности НКО, получающих средства из-за рубежа, – образовательная и научно-исследовательская деятельность, издательство и реклама, правозащитная, информационная, консультационная деятельность, а также работа по поддержанию

¹ Исследование «Благотворительность в условиях экономического кризиса» проводилось в 2009 году при поддержке Посольства Королевства Нидерландов в России. Организаторы исследования: САФ Россия, исследовательская группа ЦИРКОН, PricewaterhouseCoopers, Форум доноров. Целью исследования являлось получение информации от представителей некоммерческих организаций, корпораций и частных фондов для анализа текущего состояния некоммерческого сектора и сферы благотворительности в России.

² Ежегодный доклад Общественной палаты Российской Федерации о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. М., 2009. С. 97. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oprf.ru/documents/1151/>.

самого некоммерческого сектора, институциональному развитию НКО. Профиль деятельности НКО, которые живут в основном на средства коммерческих организаций, – благотворительная, гуманитарная помощь, деятельность в сфере здравоохранения, а также общественно-политическая работа, содействие развитию системы местного самоуправления. За счет членских взносов чаще всего ведется работа по оказанию правовой помощи, развитию местного самоуправления, деятельность в сфере развития экономики, предпринимательства. Наконец, собственная хозяйственная деятельность НКО чаще, нежели другие источники финансирования, позволяет им заниматься издательством и рекламой, а также экспертно-аналитической работой.

Еще один важный аспект деятельности НКО связан с уровнем доверия к ним со стороны населения, с востребованностью тех услуг, которые они оказывают, с вовлеченностью граждан в деятельность третьего сектора. В октябре 2007 г. исследование ФОМа зафиксировало невысокую степень вовлеченности россиян в общественную деятельность – всего 14 % респондентов положительно ответили на вопрос об участии в деятельности общественных организаций вообще. На вопрос: «В деятельности каких общественных объединений и других некоммерческих организаций, общественных гражданских инициатив вы принимаете участие, членом каких общественных организаций вы являетесь?» – 61 % респондентов ответили, что ни в каких, а 25 % затруднились с ответом¹. Доля жителей Свердловской области, никогда не обращавшихся в общественные организации и не принимавших участие в их деятельности, составляла 65 % от числа опрошенных. Низок и показатель информированности населения о деятельности сектора НКО². О работе некоммерческих организаций в своем регионе знают 8 % респондентов (6 лет назад – 12 %). Еще столько же – «что-то слышали» об этом (было – 15 %). Тех, кому деятельность региональных некоммерче-

¹ Петренко Е. С., Градосельская Г. В. Добровольные объединения в условиях атомизации // Независимая газета. 2008. 22 июня.

² Некоммерческие организации: осведомленность и отношение. Опрос населения в 100 населенных пунктах 44 областей, краев и республик России. Интервью по месту жительства 20-21 октября 2007 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bd.fom.ru/report/map/d074324>.

ских организаций незаметна совсем, среди респондентов оказалось две трети – 67 % (было – 48 %). Затруднились ответить на этот вопрос 17 %.

Согласно проведенному в сентябре 2010 г. опросу жителей Свердловской области обращались в общественные организации лишь 9 % от числа опрошенных. Из них 68 % респондентов обращались в религиозные организации, каждый пятый – в организации, оказывающие правозащитную помощь (19 %), 13 % респондентов была необходима психологическая помощь. Из числа жителей Свердловской области, обращавшихся в органы социальной защиты населения, существенно больше (15 % и 5 % соответственно) число тех, кто прибегал к помощи сотрудников общественных организаций. Это косвенно может свидетельствовать о том, что сегодня НКО региона действительно в большей мере ориентированы на оказание помощи населению в решении жизненно важных проблем. С другой стороны, это характеризует взаимосвязь частного и государственного сектора социальной сферы. Тогда как люди, нуждающиеся в реальной помощи, предпринимают все возможные в современных условиях усилия, чтобы решить свои проблемы.

Кроме того, деятельность некоммерческих организаций остается за полем внимания существенной части населения. По данным ФОМа 2007 г., о деятельности профсоюзных организаций был информирован практически каждый второй житель Свердловской области (53 %); об общественных объединениях и других некоммерческих организациях, гражданских инициативах, связанных с благотворительностью и правозащитной практикой, – практически каждый пятый (22 % и 20 % соответственно); об объединениях молодежи неполитического характера лишь 8 % респондентов¹.

Незнание содержания деятельности третьего сектора его целей, задач во многом определяет и бездействие населения. По данным опроса населения Свердловской области, проведенного в 2010 г., было выявлено, что практически

¹ Показатели гражданской активности. Серия «Социологический атлас. Проект «Гражданское общество. ФОМ. Октябрь 2007. Опрос проводился в 1924 населенных пунктах 68 субъектов РФ – областей, краев и республик всех экономико-географических зон России. Объем выборки – 34 038 респондентов старше 18 лет. Интервью по месту жительства респондента. Статистическая погрешность не превышает 1,0 %.

в три раза больше число респондентов (28 % против 10 %) среди тех, кто хоть раз обращался в общественные организации, готовых в реальности заниматься деятельностью подобного рода (табл. 23).

Таблица 23

Желание работать в НКО среди тех, кто обращался и не обращался за помощью в общественные организации
коэффициент Крамера: 0,144, значимость: 0,10 %

Желание работать в НКО	% от числа обращавшихся в НКО	% от числа не обращавшихся в НКО
Да, смог бы	28	10
Затрудняюсь ответить	43	43
Думаю, что я не справился бы	29	47
Итого	100	100

Социологические исследования показывают, что те, у кого есть опыт общественной работы, почти на 20 % чаще готовы помогать незнакомым людям (64 % против 46 %). Они на 10–15 % чаще обратились бы к посредничеству организаций или создали группу поддержки со своими друзьями¹.

Таким образом, чтобы преодолеть психологический барьер недоверия к общественным организациям как реальному социальному институту, необходимо вовлекать население в простые формы общественной деятельности, такие как *благотворительность и волонтерство или добровольчество*. Встает очевидный вопрос: можно ли благотворительность рассматривать как механизм развития гражданского общества в российских условиях? Имеем ли мы культурно-историческую почву для поднятия социальной активности населения в этом направлении?

Общественная активность россиян в концепте гражданского общества должна больше рассматриваться через понятие *общественность*, так как искать в наших исторических и ментальных условиях точное отражение структур западного гражданского общества практически не имеет смысла. По мнению В. Волкова, *гражданское общество* в разные времена представляло собой поли-

¹ Петренко Е. С., Градосельская Г. В. Добровольные объединения в условиях атомизации // Независимая газета. 2008. 22 июля.

тическую доктрину, идею или лозунг, а *общественность* как термин с двухсотлетней историей гораздо ближе к практике и традиции гражданской жизни, характеризует складывание определенной традиции. В русском языке у понятия *общественность* есть два основных значения: первое связано с абстрактным качеством *социальности*, или общественной солидарности, а второе – с действующим социальным субъектом, общественно активными группами людей¹. Таким образом, общественная позиция русского человека была обозначена в его активности и готовности к деятельности, направленной к людям. Согласно толковому словарю В. И. Даля под благотворительным человеком понимается тот, кто готов делать добро и помогать людям. Таким образом, наша *гражданственность* близка к понятию *общественность* и может быть выражена в ментальной черте готовности помогать своему ближнему.

Относительно благотворительного учреждения это слово означает «устроенный для призрения дряхлых, увечных, хворых, неимущих или ради попечения об них». В словаре Брокгауза и Эфрона благотворительность определена как проявление сострадания к ближнему и нравственная обязанность имущего спешить на помощь неимущему². Именно православная религия возвела на Руси милосердие и любовь к ближнему в особое правило жизни христианина. С VIII в. в России наряду с *церковной благотворительностью*, стала развиваться и *светская* благотворительность. Государственная казна была не в состоянии осилить создание системы общественного призрения, и поэтому светские власти начали поощрять богатых россиян, принимающих участие в благотворительности. При всем при этом именно религиозность русского дворянства была основным мотивом меценатства³.

Благотворительность в России чаще всего содействовала развитию просвещения⁴ (открытие училищ, курсов, учреждение стипендий), культуры (поддержка художников и артистов, строительство музеев, восстановление разру-

¹ Волков В. Общественность: забытая практика гражданского общества // Pro et Contra. 1997. Т. 2. № 4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://uisrussia.msu.ru/docs/nov/pec/1997/4/ProEtContra_1997_4_05.htm.

² Благотворительность на Урале: парадоксы времен. Екатеринбург: СВ-96, 2003. С. 7.

³ Тазьмин Ю. Н. Меценатство и благотворительность в России: к вопросу о мотивации // Социс. 2002. № 3.

⁴ Михеева Н. Н. Благотворительность в общественном мнении тюменцев // Социс. 2009. № 3.

шенных и строительство новых храмов), реализации принципа «не только помощи, но и научи» (в результате чего отмечалось частичное решение социальных проблем)¹.

Сегодня (как и несколько столетий назад) государство не в состоянии самостоятельно решать весь спектр возникающих социальных проблем. В связи с этим формально на институциональном уровне сделан шаг к возрождению российских традиций, утверждена в 2009 г. Правительством РФ «Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации», которая содержит комплекс необходимых мер поддержки развития благотворительного сегмента некоммерческого сектора. Основной целью государственной политики в области содействия развитию благотворительной и добровольческой деятельности является активизация потенциала благотворительности и добровольчества как ресурса развития общества, способствующего формированию и распространению инновационной практики социальной деятельности, позволяющего дополнить бюджетные источники для решения социальных проблем внебюджетными средствами и привлечь в социальную сферу трудовые ресурсы добровольцев¹. Насколько же в реальности сегодня вовлекается население в благотворительную деятельность?

Многие российские граждане уже сегодня оказывают благотворительную помощь нуждающимся людям. Более половины (54 %) россиян хотя бы один раз в год добровольно и по собственной инициативе оказывают благотворительную помощь, поддержку кому-либо, кто не является членом их семьи или близким родственником. Примерно каждый девятый россиянин регулярно занимается добровольческой деятельностью и/или делает денежные пожертвования². Примерно такую же картину предоставляет ВЦИОМ. По его данным около половины всех россиян не участвуют в благотворительной деятельности. Об этом со-

¹ Концепция содействия развитию благотворительности и добровольчества в Российской Федерации // Благотворительность в России. М. 2009. № 2. Режим доступа: <http://rusblago.ru/all-articles/koncepciya-sodejstvija-razvitiyu-blagotvoritelnoj-deyatelnosti-i-dobrovolchestva-v-rossijskoj-federacii/>.

² По данным Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ-ВШЭ. М., 2009.

общили 53 % опрошенных в 2009 году и 50 % – в 2007 г.¹ Среди наиболее состоятельной части общества 41 % опрошенных никогда не участвовал ни в каких благотворительных акциях, среди наиболее бедных – 59 %². Согласно данным исследования, проведенным в Тюменской области, сегодня 54 % населения этого региона психологически не готовы к благотворительной деятельности³.

В Свердловской области принимали участие в благотворительных акциях примерно каждый третий житель (32 %). Из их числа каждый второй участвовал в сборе необходимых вещей для детей-сирот (50 %), каждый пятый (20 %) вносил денежные пожертвования на различные цели, один из десяти оказывал помощь ветеранам и пенсионерам, 6 % – помогали пострадавшим в авариях и катастрофах, 13 % респондентов лично что-нибудь делали для нуждающихся, вкладывали свой труд, тратили свое свободное время, 3 % были донорами (табл. 24).

Таблица 24

Распределение ответов жителей Свердловской области на вопрос: «Какой благотворительной деятельностью Вы когда-либо занимались?»
(% от числа ответивших в группе)

Вид благотворительной деятельности	%
Собирали вещи для детей из детдомов	50
Собирали деньги для больных детей, инвалидов, малоимущих	15
Помогали ветеранам ВОВ и пенсионерам	10
Помощь, пострадавшим от катастроф и аварий	6
Работали на субботнике	4
Участвовали в концертах для детей-сирот	4
Помощь бездомным животным	4
Пожертвование на строительство храмов	3
Сдавали кровь	3
Ремонтные работы в доме престарелых, строительные работы в церкви	3
Волонтерская работа педагогом	2
Подавала милостыню	1
Помогал беспризорникам	1
Денежные перечисления	1

В целом же по России в благотворительных акциях принимали участие наши сограждане чаще всего в форме подачи милостыни (32 % в 2009 г. и 36 % в

¹ Пресс-выпуск № 1291. Часто ли мы помогаем ближнему своему? 14.08.2009. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=12287>.

² Буксующая благотворительность // Известия. 11.04.2007.

³ Михеева Н. Н. Благотворительность в общественном мнении тюменцев // Социс. 2009. № 3. С. 149.

2007 г.) и передачи вещей, игрушек в детские дома и дома инвалидов и т. д. (18 % – в 2009 г. и 19 % – в 2007 г.). Также 4–5 % респондентов вносили средства на счет людям, нуждающимся в помощи, 3–4 % вносили деньги на счет благотворительных организаций, фондов, а 2–4 % участвовали в концертах, выставках, аукционах¹. При этом необходимо отметить, что почти половина наших сограждан предпочитает проявлять свою добровольческую активность в одиночку, а не в рамках деятельности некоммерческих организаций. По данным всероссийского опроса населения, 9 % россиян делали это постоянно, 7 % – единожды. По официальным данным, почти треть граждан России за последние 2–3 года несколько раз добровольно и безвозмездно трудились на благо людей, которые не являются членами их семей или близкими родственниками². В связи с этим необходимо оценить уровень готовности населения к подобного рода деятельности (табл. 25).

Таблица 25

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Если вам предложат волонтерскую деятельность, как вы поступите?»
(% от числа ответивших)

Значение:	%
Охотно буду участвовать в такой работе в свое свободное время	13
Скорее соглашусь	30
Затрудняюсь ответить	32
Скорее не соглашусь	14
Я не готов(а) участвовать в такой деятельности	11
Итого	100

На текущий момент среди жителей Свердловской области лишь каждый третий затруднился однозначно дать ответ на вопрос: «Готов ли он к добровольной деятельности». 13 % охотно согласились бы участвовать в такой работе в свободное время, почти каждый третий скорее согласились бы, тогда как не готовым к волонтерству себя считает каждый четвертый житель нашего региона. В свете последствий мирового экономического кризиса волонтерство является важной темой для развития сектора некоммерческой деятельности. В 2009 году

¹ Пресс-выпуск ВЦИОМа № 1291. Часто ли мы помогаем ближнему своему? 2009. 14 августа. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=12287>.

² Ежегодный доклад Общественной палаты Российской Федерации о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. М., 2009. С. 24. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oprf.ru/documents/1151/>.

34 % НКО отмечают приток добровольцев, для 49 % организаций привлечение волонтеров является частью антикризисной стратегии (на первом месте относительно других мер в сфере человеческих ресурсов). В то же время запрос на волонтеров и помощь *pro bono*¹ к коммерческим компаниям далеко не в приоритете (30 %). Здесь приоритетом номер 1 среди мер по изменению форм благотворительной деятельности в условиях кризиса является вовлечение сотрудников². Достаточно существенно число жителей области, кто готов включиться в реальные практики взаимопомощи другим людям. По данным практически каждый пятый респондент (22 %), оценивая свои возможности и желания, смог бы работать на телефоне доверия, двое из пяти думают, что не справились бы с такой задачей, 37 % затруднились дать ответ. Из числа согласных работать на телефоне доверия каждая четвертая женщина и 17 % от числа опрошенных мужчин. Социально активные люди занимают жизненно активную позицию. Они более восприимчивы к проблемам других, и среди тех, кто смог бы работать на телефоне доверия, 36 % хотели бы работать также и в общественных организациях. Среди тех, кто затруднился дать ответ или полагает, что не справился бы с такой работой, таковых всего 8 % и 4 % соответственно. Интересно отметить, что готовность помогать совершенно не зависит от возраста респондентов.

Таблица 26

Распределение ответов на вопрос: «Могли бы вы работать на телефоне доверия?»

Значение	% от числа ответивших
Да, мог бы	22
Затрудняюсь ответить	37
Думаю, что я не справился бы	41
Итого	100

В этих условиях важно оценить также и уровень социальной активности, восприимчивости населения к происходящим проблемам сегодня. Исходя из

¹ Ради общественного блага (от лат. *pro bono publico*) – оказание профессиональной помощи благотворительным, общественным и иным некоммерческим организациям, а также частным лицам, которые не могут подобную помощь оплатить.

² Ежегодный доклад Общественной палаты Российской Федерации о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. М., 2009. С. 24. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oprf.ru/documents/1151>.

анализа проективных вопросов, по которым мы в исследовании населения Свердловской области спрашивали респондентов о том, как бы они поступили в тех или иных случаях, мы определили, что наименее восприимчива к социальным проблемам и чужому горю современная молодежь. Оставит эту ситуацию без внимания и не предпримет никаких действий каждый четвертый из числа молодых людей в возрасте до 25 лет, тогда как среди людей среднего возраста равнодушных всего 17 %, среди пенсионеров – 7 % от числа опрошенных. Меньше среди молодых тех, кто возлагает доверие органам внутренних дел в решении подобных проблем, в милицию или участковому сообщил бы каждый третий молодой человек, тогда как среди людей среднего возраста таковых 45 %, среди пенсионеров 59 %. Значительно выше уровень информированности молодежи о том, что решением проблем беспризорности в первую очередь занимаются органы социальной защиты населения, среди молодежи сообщит о сложившейся ситуации в них каждый второй, среди пенсионеров каждый десятый (табл. 27).

Таблица 27

Распределение ответов респондентов разных возрастных групп на вопрос:
«Если вы узнаете, что в заброшенном доме собираются беспризорники, что вы сделаете?»

коэффициент Крамера: 0,206

Возраст	до 25 лет	с 26 лет до пенсии	пенсионеры	Сумма, %
Значение				
Обращусь к участковому или в милицию	31	45	59	44
Буду обсуждать с близкими	19	14	11	15
Позвоню в местную администрацию	4	7	7	6
Никуда не пойду	24	17	7	17
Сообщу в управление соцзащиты	19	14	10	14
Напишу или позвоню в СМИ	2	2	5	14
Поговорю с детьми при случае	1	1	1	1
Сумма	100	100	100	100

Весь комплекс проблем с формированием и дееспособностью в современной России общественных организаций связан с тем, что российская *государ-*

ственная машина не способна работать как раньше, но и народ не готов проявлять в полной мере гражданские инициативы, чтобы отстаивать и защищать свои права вследствие продолжительного господства идей государственного патернализма как наследия советского прошлого. В условиях низкой активности некоммерческих организаций и низкого доверия населения к частным благотворительным инициативам именно государственная система социальной защиты населения должна способствовать развитию гражданских инициатив и становлению НКО, осуществлять совместные проекты с уже действующими НКО, использовать ресурс благотворительности той части населения, которая не склонна к объединению своих усилий, а хочет оказывать помощь и поддержку нуждающимся самостоятельно.

Сегодня часть населения обладает определенным потенциалом, ресурсом к взаимопомощи, который необходимо эффективно использовать органами социальной защиты населения. Настораживает факт бездействия молодежи и ее невосприимчивости социальных проблем. Только при условии целенаправленной работы в этом направлении, продвижении идей волонтерства и добровольчества в молодежной среде возможно будет говорить о социальной ответственности населения, постепенном формировании поколения, воспитанного в традициях гражданского общества. Важным шагом в развитии идей гражданского общества является активизация потенциала благотворительности и добровольчества как ресурса его развития, способствующего формированию и распространению инновационной практики социальной деятельности, в частности социальной работы. С одной стороны, могут привлекаться человеческие ресурсы для решения социальных задач, с другой, вестись работа по изменению отношения населения к социальной работе как к непрестижной профессии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Непростая экономическая ситуация в России является причиной того, что неуклонно увеличивается число людей, нуждающихся в социальной помощи. Сегодня актуализируется потребность в профессиональной активности специалистов по социальной работе. В условиях российской действительности профессионалы этой сферы, как правило, работают в органах социальной защиты населения. Социальная работа в своем реальном состоянии испытывает комплекс проблем в процессе своей институционализации. Наряду с этим постоянная трансформация сферы социальной защиты населения вследствие социальных, экономических и политических изменений последнего десятилетия объективно приводит к трудностям идентификации сферы профессионального опыта, профессионального сообщества социальных работников и содержания их деятельности среди населения, что оказывает существенное влияние на процесс формирования имиджа данной профессии, определяющий уровень ее престижности в обществе.

В процессе проведенных теоретических и эмпирических исследований было доказано, что престижность многих профессий (в том числе и профессий социальной сферы) во многом зависит от тех представлений, образов, которые формируются в обществе относительно содержания, результативности и эффективности деятельности профессиональных сообществ; убеждений, ценностей, норм, качеств и стиля жизни их членов.

В связи с этим достаточно традиционно формируется имидж, определяющий престиж классических (*материально прибыльных*) профессий, тогда как с такими профессиями, как *социальная работа*, возникает целый ряд проблем, наталкивающийся на комплекс социальных противоречий. Имидж социальной работы в разных социокультурных условиях формируется достаточно неоднозначно. Это связано с тем, что сфера социальной работы зависит от ряда внешних факторов: государственной политики, экономической и политической ситуации в обществе. Кроме того, отпечаток накладывает и специфика содер-

жания деятельности, ориентированность сферы на целенаправленное взаимодействие с членами стигматизированных социальных групп; важна активность профессионального сообщества, обеспечивающая развитие профессиональной группы, принятие и продвижение идеологии профессии.

В процессе исследования динамики имиджевых показателей социальной работы в Свердловской области было установлено, что улучшение информационной работы в органах социальной защиты населения Свердловской области не оказало существенного влияния на престижность социальной работы в регионе. В большей мере удержание уже достигнутых показателей является свидетельством эффективности реализации проекта с учетом неблагоприятных условий дестабилизации в российском обществе в связи с последствиями мирового финансового кризиса. За текущие два года изменились не только количественные, но и качественные характеристики информационных материалов о социальной работе в информационном пространстве региона. В органах социальной защиты населения Свердловской области произошли значимые трансформации, оказавшие существенное влияние на изменение ситуации «закрытости» системы. На стратегическом уровне созданы рабочие группы по модернизации кадровой и информационной политики органов социальной защиты населения в регионе. На тактическом уровне в практику деятельности органов социальной защиты Свердловской области внедрена модель информационной работы, которая позволила перестроить взаимодействие во внутреннем и внешнем информационном пространстве, выстроить отношения со средствами массовой информации, и соответственно качественно изменить взаимодействие с населением.

При учете возникающих в практике трудностей мировой опыт профессионализации социальной работы показывает, что заниматься целенаправленно формированием имиджа этой профессиональной сферы необходимо, чтобы доказывать обществу целесообразность деятельности, чтобы эффективно решать социальные проблемы в условиях информационного общества, активно вовлекая население в практики взаимопомощи, тем самым поднимая уровень социальной ответственности граждан.

Учитывая специфику российского менталитета, господство в массовом сознании идей патернализма государственной системы, определенный уровень недоверия к частным благотворительным инициативам, можно рассматривать именно органы социальной защиты как эффективного инициатора, координатора процесса развития и поддержки гражданских инициатив. Органы социальной защиты обладают сегодня информационными и материальными возможностями, которые при грамотном стратегическом планировании позволят привлекать для решения социальных задач население, восполнять нехватку материальных и человеческих ресурсов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Нормативно-правовые документы

1. ГОСТ Р 52885-2007. Национальный стандарт Российской Федерации. Социальное обслуживание населения. Социальные услуги семье. Social service of the population. Social services to family. Введ. 2009-01-01. М. : Стандартинформ, 2008.
2. ГОСТ Р 52880-2007. Национальный стандарт Российской Федерации. Социальное обслуживание населения. Типы учреждений социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов. Social Service of the population. Types of establishments of social service of elderly age citizens and invalids. Введ. 2009-01-01. М. : Стандартинформ, 2008.
3. ГОСТ Р 52881-2007. Национальный стандарт Российской Федерации. Социальное обслуживание населения. Типы учреждений социального обслуживания семьи и детей. Social service of the population. Types of establishments of social service of family and children. Введ. 2009-01-01. М. : Стандартинформ, 2008.
4. ГОСТ Р 52888-2007. Национальный стандарт Российской Федерации. Социальное обслуживание населения. Социальные услуги детям. Social services of the population. Social services to children. Введ. 2009-01-01. М. : Стандартинформ, 2008.
5. ГОСТ Р 53058-2008. Национальный стандарт Российской Федерации. Социальное обслуживание населения. Социальные услуги гражданам пожилого возраста. Social Service of the population. Social services given for elderly citizens. Введ. 2010-01-01. М. : Стандартинформ, 2009.
6. Российская Федерация. Законы. О социальном обслуживании граждан пожилого возраста и инвалидов № 122-ФЗ : федер. закон : принят 2 авг. 1995 г. М., 1995.
7. Российская Федерация. Законы. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления № 8-ФЗ. : федер. закон : принят Гос. думой 21.09.2009. : одобр. Советом Федерации 28.01.2009. М. : Российская газета № 4849 от 13.02.2009.
8. Свердловская область. Законы. О Социальном обслуживании населения в Свердловской Области № 10-ОЗ : област. закон принят Обл. Думой 7 марта 2006 г. М., 1996.

Литература

1. Bourdieu P. La noblesse d'Etat / P . Bourdieu; Paris, 1989.
2. Colins J. Social skills training and the professional helper. / J. Colins; England: J.Wiley&Sons, 1992.
3. Davenport. J. 'Social Workers: Fad-Chasing Jackasses or Still on the Side of the Angels?'/ J. Davenport. // The New Social Worker 4(1): 11-13. 1997.

4. Freeman M.L. Through the Eyes of Hollywood: Images of Social Workers in Film/ M.L. Freeman, Valentine // *Social Work* 49(2): 151–612004. 2004.
5. Hiersteiner C. Saints or Sinners? The Image of Social Workers From American Stage and Cinema Before World War II / C. Hiersteiner; *Affilia*, Vol. 13, No. 3, 312-325 (1998).DOI: 10.1177/088610999801300304.
6. Henderson L. Sad not to bad. Images of social care professionals in popular UK television drama / L. Henderson, B. Franklin; *Jurnal of Social work*. London: Sage. 2007. № 7. P. 133-142.
7. Holosko M. Is Social Work a Profession? The Canadian Response / M. Holosko, D.R. Leslie; *Research on Social Work Practice*, Vol. 11 No. 2, March 2001. P. 201-211.
8. Kitzinger J. Media Templates. Patterns of Association and the (Re) Construction of Meaning over Time / J. Kitzinger; *Media, Culture and Society* 22(1).
9. Knez'evic M., Social work as a profession. As perceived by Slovenian and Croatian social work students / M. Knez'evic, R. Ovsenik, J. Jerman; *International Social Work*. London. 2006. № 49. P. 519-529.
10. Sáez J. Trust and Professionalism in Social Professions. The case of social education/ J. Sáez, M. Sánchez; *Current sociology*. July 2006 / Vol. 54(4). London: International sociological association. P. 600.
11. Sheldon B. 'Social Work Practice in the 21st Century'/ B. Sheldon; *Research on Social Work Practice* 8(5): 577–89, 1998.
12. Александрова Т.Л. Методологические проблемы социологии профессий/ Т.Л. Александрова // *Социс*. 2000. № 8.
13. Антонов А.И. Социология семьи / А.И. Антонов, В.М. Медков. М., 1996.
14. Антропология профессий. Сборник научных статей. [Электронный ресурс]/ Под общ. ред. Е.Р. Ярской–Смирновой, П.В. Романова. Саратов : ЦСПГИ. Режим доступа: www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=76й.
15. Астахова Т.В. Хорошие идеи в Америке рекламируют / Т.В. Астахова; *Деньги и благотворительность*. М., 1994.
16. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. М. : Медиум, 2006.
17. Благотворительность на Урале: парадоксы времен. Екатеринбург: СВ-96, 2003.
18. Боровикова С.А. Профессиональное самоопределение / С.А. Боровикова; *Психологическое обеспечение профессиональной деятельности*. СПб., 1991.
19. Брагина В.Д. Влияние представлений о выбранной профессии на профессиональное самоопределение учащейся молодежи : автореф. дис. ...канд. псих. наук / В.Д. Брагина. М., 1976.
20. Бурдьё П. Социальное пространство и символическая власть / П. Бурдьё; Пер. с франц. В.И. Иванова. М., 1987.
21. Вебер М. Основные понятия стратификации / М. Вебер; пер. с англ. изд. А.И. Кравченко // *Социс*. 1994. № 5.

22. Волков В. [Электронный ресурс] Общественность: забытая практика гражданского общества // Pro et Contra. 1997. Т. 2. № 4. Режим доступа: http://uisrussia.msu.ru/docs/nov/pec/1997/4/ProEtContra_1997_4_05.htm.
23. ВЦИОМ. Пресс-выпуск 1331. [Электронный ресурс]. Рейтинг престижных и доходных профессий. Режим доступа: <http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-ark>.
24. ВЦИОМ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wciom.ru/issledovanijabiznes/zakaznye-issledovanija/>.
25. Голованов О. [Электронный ресурс]. Краткий словарь по социологии. М., 2001. Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/698/>.
26. Девид Д. Большой толковый социологический словарь. Пер. с англ. [Электронный ресурс]. В 2-х т. М. : АСТ. 2001. Режим доступа: <http://voluntary.ru/dictionary/567/>.
27. Дело И.Л. Грошева. [Электронный ресурс]. Сайт РОС. Режим доступа: http://www.ssa-rss.ru/index.php?page_id=76.
28. Дидковская Я.В. Профессиональное самоопределение молодежи: социологический анализ / Я.В. Дидковская. Екатеринбург, 2004.
29. Добренъков В.И. Социология: В 3 т. Т. 2: Социальная структура и стратификация. / В.И. Добренъков, А.И. Кравченко. М. : ИНФРА-М, 2000.
30. Доклад Общественной палаты Российской Федерации о состоянии гражданского общества в Российской Федерации [Электронный ресурс]. М., 2006. Режим доступа: <http://www.oprf.ru/files/files/doklad.pdf>.
31. Дьякова Е.Г. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенбер. Екатеринбург : УрО РАН, 1999. С. 62.
32. Дюркейм Э. О разделении общественного труда / Э. Дюркейм. Пер. с фр. А.Б. Гофмана. М. : Канон, 1996.
33. Ежегодный доклад Общественной палаты Российской Федерации о состоянии гражданского общества в Российской Федерации. [Электронный ресурс]. М., 2009. Режим доступа: <http://www.oprf.ru/documents/1151/1256/>.
34. Зазыкин В.Г. Имидж организации: структура и психологические факторы [Электронный ресурс].// мат. конф. «Практические аспекты связей с общественностью». М. 2001. Режим доступа: <http://tandem-forum.ru/articles/>.
35. Зиятдинова Ф.Г. Социальное положение и престиж учительства: проблемы, пути решения / Ф.Г. Зиятдинова. М. : Луч, 1992.
36. Зотова И.В. Социально-психологические условия и факторы обеспечения престижа организации. Автореф. дисс. ... канд. психолог. наук / И.В. Зотова. М., 2005.
37. Игнатов В.Г. Профессиональная культура и профессионализм государственной службы : контекст истории и современность / В.Г. Игнатов. Ростов н/Д., 2000.
38. Кабулова С.З. Развитие профессиональной и психологической культуры государственных служащих / С.З. Кабулова. М., 2000.

39. Кармадонов О.А. Символ в эмпирических социальных исследованиях / О.А. Кармадонов // Социс. 2004. № 2. С. 11.
40. Карпухин О.И. Самооценка молодежи как индикатор ее социокультурной идентификации / О.И. Карпухин // Социс. 1998. № 2.
41. Качайнова Н.Б. Профессия «социальная работа»: проблема институализации профессий / Н.Б. Качайнова // Уральская социология в общероссийском социологическом пространстве. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2008.
42. Климов Е.А. Развивающийся человек в мире профессий / Е.А. Климов. Обнинск, 1993.
43. Ключкова Т.Н. Профессиональное образование как вхождение в профессиональную культуру / Т.Н. Ключкова // Государственная политика в области образования: региональный аспект. Мат. Всеросс. научно-практ. конф. Пенза, 2001.
44. Концепция содействия развитию благотворительности и добровольчества в Российской Федерации. [Электронный ресурс] // Благотворительность в России. М. 2009. № 2. Режим доступа: <http://rusblago.ru/all-articles/koncepciya-sodejstvija-razvitiyu-blagotvoritelnoj-deyatelnosti-i-dobrovolchestva-v-rossijskoj-federacii/>.
45. Кораблева Г.Б. Об институциональном подходе к исследованию связи профессии и образования / Г.Б. Кораблева // Социс. 2000. № 6.
46. Кораблева Г. Б. Теоретико-социологический анализ взаимосвязи профессии и образования / Г.Б. Кораблева. Екатеринбург, 1999.
47. Кармадонов О.А. Престиж и пафос как жизненные стратегии социоэкономической группы (анализ СМИ) / О.А. Кармадонов. Социс. 2001. № 1.
48. Королько В.Г. Основы публичной речеведения. [Электронный ресурс]. М.: Русский гуманитарный интернет-университет, 2000. Режим доступа: www.iu.ru/bibli.
49. Крыштановская О.В. Инженеры: Становление и развитие профессиональной группы / О.В. Крыштановская. М., 1991.
50. Кузнецов И.Н. Информация: сбор, защита, анализ / И.Н. Кузнецов. М., 2008.
51. Лукашова О.Г. Профессии престиж. [Электронный ресурс] // Социологический словарь. Режим доступа: http://mirslovarei.com/content_soc/PROFESSIJ-PRESTIZH-10892.html.
52. Лукша О.В. Профессиональные группы: модели измерения социального статуса. Автор. дисс. ... канд. соц. наук / О.В. Лукша. М., 2001.
53. Магидович М.Л. Профессиональная идентичность художника / М.Л. Магидович // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. VII. № 2.
54. Мансуров В.А. Профессиональный выбор молодежи: исторический ракурс / В.А. Мансуров, О.В. Юрченко // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры и образования. Екатеринбург: УрФУ. 2010. Т. 2.

55. Мансуров В.А. Перспективы профессионализации российских врачей в трансформирующемся обществе / В.А. Мансуров, О.В. Юрченко // Социс. 2005. № 1.
56. Мид Д. От жеста к символу / Д. Мид // Американская социологическая мысль: тексты / Под ред. В.И. Добренкова. М. : МГУ, 1994.
57. Михеева Н.Н. Благотворительность в общественном мнении тюменцев / Н.Н. Михеева // Социс. 2009. С. 149.
58. Модель И.М. Профессиональная культура муниципального депутата: теоретико-социологический анализ / И.М. Модель. Екатеринбург, 1993.
59. Модель И.М. Профессиональная культура предпринимателя / И.М. Модель // Социс. 1997. № 10.
60. Молодежь новой России: ценностные приоритеты. Аналитический доклад ИС РАН/ под общ. ред. М.К. Горшкова М., 2008.
61. Морган Г. Имидж организации: восемь моделей организационного развития / Г. Морган. М.: Вершина, 2006.
62. Некоммерческие организации: осведомленность и отношение. [Электронный ресурс]. 2009. Режим доступа: <http://bd.fom.ru/report/map/d074324>.
63. Никитин В.А. Социальная работа: проблемы теории и подготовки специалистов / В.А. Никитин. М., 2002.
64. Образ российского чиновничества в контексте // Бюрократия и власть: позиция населения и оценки экспертов. Аналитический доклад ИС РАН. М., 2005.
65. Общественные движения в России: точки роста, камни преткновения / под ред. П.В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой. М. : «Вариант», ЦСГПИ, 2009.
66. Павленок П.Д. Основы социальной работы / П.Д. Павленок. М., 1999.
67. Певная М.В. Социологический подход к организации взаимодействия СМИ и территориальных органов социальной защиты населения Свердловской области: учебное пособие / М.В. Певная, П.Ю. Пермякова. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009.
68. Петренко Е.С. Добровольные объединения в условиях атомизации / Е.С. Петренко, Г.В. Градосельская // Независимая газета. 2008. 22 июля.
69. Показатели гражданской активности. Серия «Социологический атлас». Проект «Гражданское общество. ФОМ. 2007. Октябрь.
70. Президент России: [сайт]. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/transcripts/5979> (дата обращения: 26.12.2009).
71. Пресс-выпуск № 1291. Часто ли мы помогаем ближнему своему? [Электронный ресурс]. 14.08.2009. Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id>.
72. Профессиональные группы интеллигенции / Отв. ред. В.А. Мансуров. М.: ИС РАН. 2003.
73. Профессиональный имидж специалиста социальной работы и роль СМИ в повышении ее престижа: информационно-аналитический отчет / Ю.Р. Вишневский [и др.]. Екатеринбург : УГТУ–УПИ, 2009.
74. Радаев В.В. Социальная стратификация / В.В. Радаев, О.И. Шкаратан. М., 1995.

75. Рейтинг престижных и доходных профессий. [Электронный ресурс]. Пресс-выпуск 1331. 07.0910. Официальный сайт ВЦИОМ.
76. Родкин П.В. [Электронный ресурс] Дизайнер –лучший друг чиновника // Архитектоника. М., 2007.
77. Романов П.В. Мир профессий: пересмотр аналитических перспектив / П.В. Романов, Е.Р. Ярская-Смирнова // Социс. 2009. № 8.
78. Россия в цифрах. 2009: крат. стат. сб. М. : Росстат. 2009.
79. Руднев М.Г. Методология и основные результаты исследований престижа профессий в зарубежной социологии/ М.Г. Руднев // Вопросы образования. № 2. 2008. С.217-239.
80. Сидоренко И.И. Корпоративный стиль. [Электронный ресурс] / И.И. Сидоренко. М., 2007. Режим доступа: <http://www.reklamaster.com/creativ/>.
81. Смелзер Н. Социология / Н. Смелзер. М., 1994.
82. Советская социальная политика 1920-1930 годов: идеология и повседневность / под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. М. : «Вариант», ЦСПГИ, 2007.
83. Современный толковый словарь русского языка. М., 2002.
84. Соколова Г.Н. Культура труда в социальном развитии рабочего класса / Г.Н. Соколова. Минск , 1984.
85. Сосновская А.М. Профессиональная идентичность журналистов / А.М. Сосновская // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. VII. № 3.
86. Социальная реклама. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.socreklama.ru>.
87. Социология: энциклопедия / сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. Мн. : Книжный Дом, 2003. Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/имидж/>.
88. Старшинова А.В. Становление идеологии социальной работы в России: анализ актуальных противоречий / А.В. Старшинова. Екатеринбург, 2006.
89. Сухотерин Л. Информационная работа в государственном аппарате / Л. Сухотерин, И. Юдинцев. М., 2007.
90. Тазьмин Ю.Н. Меценатство и благотворительность в России: к вопросу о мотивации / Ю.Н. Тазьмин // Социс, 2002.
91. Тетерский С.В. Введение в социальную работу / С.В. Тетерский. М., 2001.
92. Фирсов М.В. Профессионально-образовательная программа подготовки социального работника / М.В. Фирсов, Б.Ю. Шапиро. М., 1992.
93. Харчев А.Г. Современная семья и ее проблемы / А.Г. Харчев, М.С. Мацковский. М., 1979.
94. Холостова Е.И. Генезис социальной работы в России / Е.И. Холостова. М., 1995.
95. Цукерман В.С. Сущность и структура профессиональной культуры / В.С. Цукерман // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. Серия 3: Культурологические науки. Челябинск, 2003. № 3.

96. Шапиро С.А. Организационные коммуникации в целях эффективной работы компании / С.А. Шапиро. М., 2007.
97. Шмерлина И.А. Российский журналист: декомпозиция имиджа / И.А. Шмерлина // Социальная реальность. 2007. № 6.
98. Шнайдер Л.Б. Профессиональная идентичность: структура, генезис и условия становления : дис. ... докт. псих. наук : 19.00.13 / Л.Б. Шнайдер. М., 2001.
99. Шрадер Х. Доверие, сети и социальный капитал / Х. Шрадер // Экономика и социология доверия. СПб., 1994.
100. Штрауб У. Социальная работа и связи с общественностью в Германии / У. Штрауб // Журнал исследований социальной политики. 2007. Т.5. № 1.
101. Щепанская Т.Б. Конструкции гендера в неформальном дискурсе профессий / Т.Б. Щепанская // Антропология профессий, под ред. П.В. Романова и Е.Р. Ярской-Смирновой. Саратов : ЦСПИГИ. 2005.
102. Черняева Т.И. Бренд как предельный когнитивно-ценностный стандарт: к технологиям территориального брендинга / Т.И. Черняева // мат. Межд. симпозиума «Имидж государства». СПб. : СПГУ, 2009.
103. Энциклопедия социальной работы. В 3 т. М., 1993.

Научное издание

Певная Мария Владимировна
Вишневский Юрий Рудольфович
Дидковская Яна Викторовна
Качайнова Надежда Борисовна

Профессиональный имидж и престиж социальной работы

Редактор *Н. В. Рощина*

Компьютерный набор *М. В. Певной*

Дизайн обложки *М. В. Задорина*

Подписано в печать 04.03.2011. Формат 60x84 1/16.
Бумага писчая. Плоская печать. Усл. печ. л. 10,7
Уч.-изд. л. 9,3. Тираж 300 экз. Заказ _____

Редакционно-издательский отдел УрФУ
620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19
rio@mail.ustu.ru

Ризография НИЧ УрФУ
620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19