

ИТОГОВЫЙ ОТЧЕТ ЗА 2010 г.

Название проекта Стратегия повышения уровня престижности профессий социальной сферы в условиях трансформирующейся профессионально-стратификационной структуры российского общества	Номер проекта 08-03-00028a	
	Коды классификатора 03-320	
	Вид конкурса а	
Фамилия, имя, отчество руководителя проекта Вишневский Юрий Рудольфович	Телефон руководителя проекта (343) 357-48-22	
Полное и краткое название организации, где выполняется проект Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» (ФГАОУ ВПО УрФУ имени первого Президента России Б.Н.Ельцина)	Фамилия, имя, отчество руководителя организации Кокшаров Виктор Анатольевич	
	Телефон руководителя организации (3432)74-38-84	
Полное и краткое название организации, через которую осуществляется финансирование Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»	Фамилия, имя, отчество руководителя организации Кокшаров Виктор Анатольевич	
	Телефон руководителя организации (3432)74-38-84	
	Срок выполнения проекта 2008-2010	
Фамилии, имена, исполнителей	Дидковская Яна Викторовна	
	Певная Мария Владимировна	
	Качайнова Надежда Борисовна	

Итоговый научный отчет по проекту

Заявленный в проекте план работы на весь срок выполнения проекта (по годам)

Первый этап (2008г.) – информационно-аналитический, включающий в себя опрос жителей города Екатеринбурга (случайно-стратификационная выборка, N=400), интервью с представителями ведущих СМИ г. Екатеринбург (N=30). На данном этапе интегрируется уже имеющийся в распоряжении научно-исследовательского коллектива эмпирический материал по проблематике: результаты опроса работников социальной сферы Свердловской области, проведенный по заказу Областного Министерства Социальной защиты в рамках проекта: «Разработка концепции многоуровневой профессиональной подготовки специалистов социальной сферы» (2006 г.; случайная выборка, N= 2500); результаты исследовательского проекта «Специфика процесса профессиональной идентификации студентов высших учебных заведений г. Екатеринбурга, получающих образование специалиста по социальной работе» (2006 г.; случайно-стратификационная выборка, N 336 человек). Информационно-аналитический отчет, серия научных статей, готовятся доклады на научно-практических конференциях.

Второй этап (2009г.) – опытно-экспериментальный, включающий в себя разработку и реализацию информационной PR-компании по сопровождению текущей деятельности МСЗН Свердловской области с целью подъема уровня престижности и коррекции имиджа профессии специалистов по социальной работе. Два фокус-групповых интервью с сотрудниками учреждений МСЗН Свердловской области, встреча специалистов по связям с общественностью органов управления системы социальной защиты Свердловской области и представителей СМИ. По результатам исследовательской работы разрабатываются и публикуются методические рекомендации для специалистов по связям с общественностью, работающих в организациях и учреждениях социальной сферы.

Третий этап (2010г.) – итогово-оценочный, обобщающий аналитический анализ и интерпретация результатов коррекционной информационной деятельности, направленной на формирование позитивного имиджа МСЗН Свердловской области, а также профессии специалистов по социальной работе. Исследовательская работа включает в себя проведение эмпирического количественного исследования (случайно-стратификационная выборка, N=400) среди жителей Свердловской области. Осуществляется социологический замер эффективности разработанной и реализованной методики PR- стратегии по информационному освещению деятельности учреждений социальной сферы Свердловской области. По результатам исследовательского проекта публикуется итоговая монографическая работа.

Содержание фактически проделанной работы, полученные результаты (за предыдущие годы и в 2010 г.: 2–3 стр.)

2008 г. Разработан и реализован стратегический план эмпирических исследований: опроса жителей г. Екатеринбурга и экспертного опроса специалистов ведущих средств массовой информации Свердловской области. Предметом количественного исследования явились характеристики имиджа социальной работы как профессии. Исследование проводилось с целью выявления ключевых стереотипных представления и клише в массовом сознании о профессии социальной работы (профессиональной группе,

работниках МСЗН). В процессе изучения охарактеризован «идеальный» и реальный образ работника социальной сферы, определены характеристики реального и «потенциального» клиента учреждений системы Министерства социальной защиты населения Свердловской области, определена степень информированности населения г. Екатеринбурга о деятельности МСЗН, уточнены ее качественные характеристики. Предметом качественного исследования выступили характеристики информационного взаимодействия СМИ и социальных учреждений МСЗН, нацеленные на коррекцию стереотипных представлений в массовом сознании о социальной работе и формирование позитивного имиджа профессий социальной сферы. В процессе исследования были решены следующие задачи: оценены реальные представления о социальной работе как профессии среди представителей ведущих средств массовой информации, как основных ретрансляторов стереотипных установок; систематизированы качественные характеристики информационного взаимодействия; определена степень заинтересованности в информации по социальной проблематике со стороны СМИ; выделены основные проблемы текущей коммуникации с социальными учреждениями. За текущий отчетный год организованы и проведены полевые работы, транскрибированы анкеты и материалы экспертных интервью. Полученные данные сопоставлены с результатами опроса работников социальных учреждений Свердловской области, а также с данными опроса студентов вузов г. Екатеринбурга, получающими образование по специальности социальная работа реализованных исследовательским коллективом в 2006 году. По итоговым результатам подготовлен информационно-аналитический отчет, содержание которого станет научным основанием для реализации следующего исследовательского этапа проекта. О результатах научно-исследовательской работы сделан доклад руководству Министерства Социальной защиты населения Свердловской области, доклад на секции «Государственная политика и государственное управление и право в сфере социальных процессов» конференции «Россия: путь к социальному государству», доклад на секции «Социология профессий и профессиональных групп» Всероссийского конгресса социологов, опубликовано 8 тезисов и статей, материалы исследований размещены на сайте Всероссийской Коммуникативной Ассоциации.

2009. Реализован опытно-экспериментальный этап проекта, включающий в себя разработку и реализацию стратегии информационной PR-кампании по сопровождению текущей деятельности МСЗН Свердловской области с целью подъема уровня престижности и коррекции имиджа профессии специалистов по социальной работе. В первой половине года члены научно-исследовательской группы провели 2 групповых интервью по заявленной проблематике с руководителями территориальных управлений социальной защиты населения Свердловской области, работали совместно со специалистами информационно-аналитического отдела Министерства, разработали с учетом полученных на информационно-аналитическом этапе данных стратегию информационного сопровождения деятельности организаций и учреждений системы МСЗН. Исследовательский коллектив осуществлял методическое сопровождение информационной деятельности МСЗН, на протяжении календарного года были организованы методические семинары с руководителями ТУСЗН с целью скоординировать коммуникационные потоки организаций и учреждений Министерства - СМИ - широкой общественности. По результатам работы проведена встреча специалистов информационно-аналитического отдела, руководителей МСЗН с представителями СМИ и академической науки. По итоговым результатам этапа подготовлено и опубликовано пособие для

руководителей территориальных управлений социальной защиты населения Свердловской области, для специалистов по связям с общественностью, работающих в организациях и учреждениях социальной сферы РФ. О результатах научно-исследовательской работы сделан доклад руководству Министерства социальной защиты населения Свердловской области; доклад на заседании II Международной научно-практической конференции «Информационное образование и профессионально-коммуникативные технологии XXI века», было организовано обсуждение результатов проекта на международном семинаре в Одесском национальном политехническом университете; сделаны доклады на Межрегиональной научно-практической конференции «Государственные технологии в сфере государственного управления и бизнеса», VII Всероссийской научной конференции «Управление социальными процессами в регионах», на секциях Всероссийской научно-практической конференции Самореализация молодежи в социуме. Достижения. Проблемы. Перспективы, Международного научно-практического симпозиума «Имидж государства/региона. Всего опубликовано 16 тезисов и статей, в том числе 2 в изданиях ВАК. Материалы исследований размещены на сайтах факультета гуманитарного образования УГТУ-УПИ, в электронной библиотеке Российской Коммуникативной Ассоциации, Исследовательского проекта «Имидж государства».

2010. Реализован итогово-оценочный этап научно-исследовательского проекта. Исследована динамика изменения имиджа социальной работы в сравнении с результатами, полученными в рамках проекта в 2008 году. Частичное изменение методологии (расширение и усложнение выборки) позволило более детально проанализировать и интерпретировать результаты коррекционной информационной деятельности, направленной на формирование позитивного образа социальной работы, на формирование имиджа Министерства социальной защиты населения в Свердловской области. На данном этапе осуществлен социологический замер эффективности разработанной и реализованной PR-стратегии по информационному освещению деятельности учреждений социальной сферы Свердловской области. Разработанная научно-исследовательским коллективом и внедренная МСЗН в практику модель информационной работы социальных учреждений и организаций согласно эмпирическим данным, начала приносить позитивные результаты. Повысились показатели информированности населения области о социальной работе, изменилась практика коммуникативного взаимодействия региональных СМИ и органов соцзащиты, сформированы ключевые направления информационной политики МСЗН, внедрены инновационные технологии работы. По результатам исследовательского проекта сделаны доклады на всероссийской научно-практической конференции «Россия: ключевые проблемы и решения» (ИНИОН, г. Москва); на международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры и образования» (УрФУ, Екатеринбург); на международной научно-практической конференции «Управление социальным развитием регионов в условиях выхода из кризиса в современной России и странах СНГ» (УрАГС, г. Челябинск); подготовлен доклад к XVII Всемирному социологическому конгрессу (Гетеборг, Швеция); доклад на Международный научный семинар "Профессии и профессиональные организации в современном обществе: новые подходы к исследованиям"(ГУ-ВШЭ, г. Москва). Всего опубликовано 12 научных работ, в том числе 2 статьи в журналах ВАК. Подготовлена к изданию итоговая монографическая работа (6 а. л.), издано и популяризировано научно-информационное издание для СМИ (3.3 п.л.). В МСЗН Свердловской области по результатам проекта создана

рабочая группа по разработке стратегического направления модернизации «Совершенствование информационной политики, новые технологии информирования населения, повышение престижа социальной работы». Разработаны и внедрены программы повышения квалификации для государственных и муниципальных служащих. Согласно государственному контракту с Правительством Свердловской области обучено 865 служащих областных и муниципальных учреждений, специалистов социальной сферы.

Основные итоги выполненного проекта

Низкий уровень престижности социально-значимых профессий отражается на эффективности реализации социальной политики. В ряде эмпирических исследований социологов выявлен дисбаланс в профессионально-стратификационной структуре общества свидетельствующий о том, что интерес молодежи и общества в целом к профессиям социальной сферы низкий, несмотря на то, что общественные потребности в данной профессиональной деятельности (в частности, специалистов по социальной работе) достаточно высоки. На федеральном уровне деятельность в социальной сфере, достигнутые позитивные результаты ретранслируются благодаря центральным средствам массовой информации, на уровне субъектов законодательной и исполнительной власти профессионально используются имиджевые технологии для поддержания статусных характеристик социальных учреждений, на уровне регионов не всегда можно говорить об эффективной работе в данном направлении. Складывается ситуация автономности существования и функционирования социальных учреждений на местах, помогающих решать определенные проблемы людям, находящимся в сложных жизненных ситуациях. Таким образом, формируется и поддерживается информационное пространство без включения в массовую коммуникацию ряда государственных социальных учреждений, чем в большей мере объясняются сегодня проблемы с престижем и имиджем социальной работы как профессионального вида деятельности. Как следствие возникает социальное противоречие: вузы готовят профессионалов, но молодые специалисты не хотят работать по специальности. Целый комплекс объективных и субъективных причин оказывает влияние на показатели профессиональной престижности социальной работы в условиях современных реалий, но одни из самых серьезных – это специфичность имиджа профессии, как следствие воспоминаний населения о советской системе социальной защиты и отсутствие достоверное и своевременной информации в обществе о текущей деятельности социальных учреждений, о конкретных результатах работы специалистов этой сферы, о самой профессии и людях, которые непосредственно на местах решают многие социально значимые вопросы. Основными задачами реализуемого научно-исследовательского проекта являлись диагностика имиджа профессии специалиста по социальной работе, разработка на данной основе стратегии информационного сопровождения деятельности Министерства социальной защиты населения Свердловской области и ее практическая реализация. 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 (случайно-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 (случайно-стратифицированная выборка, N – 700, 2010 г.), проведенные научными работниками кафедры социологии УрФУ совместно с сотрудниками Минсоцзащиты 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 социальной защиты и социальных служб; студенты, получающие профессиональное образование в сфере социальной работы; представители ведущих средств массовой информации как основные коммуникаторы. В проекте проанализированы 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 молодежь до 25 лет, люди среднего возраста старше 25 лет и группа пенсионеров. Исследование проводилось по единой методологии в 2008 г. и 2010 г. В 2010 г. при формировании модели выборки использовались две ступени. Первая ступень – опрос жителей г. Екатеринбурга, выборка формировалась как и в исследовании 2008 г. Вторая ступень предполагала расширение выборочной совокупности до 700 человек за счет отбора наряду с жителями областной столицы, также и респондентов из крупных, средних 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, проживающей в населенных пунктах разного типа. Опрос проводился с целью оценки динамики изменения имиджа социальной работы в Свердловской области. В процессе исследования были решены следующие задачи: проведена оценка информированности населения области о деятельности в сфере социальной работы; исследовано 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 оценки реальных представлений 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. Результаты количественных исследований были дополнены качественными данными, собранными в процессе реализации кейс-стади по изучению организации информационной работы в Комплексном центре социального обслуживания населения и Центре помощи семье и детям г. Екатеринбурга.

Научно-исследовательский проект реализовывался в три этапа. На первом информационно-аналитическом этапе, исходя из цели повышения престижности социальной работы как одного из новых профессиональных видов деятельности, была произведена системная диагностика профессионального имиджа специалиста социальной работы, получена оценка видения ситуации в ходе субъектно-объектного взаимодействия в информационном поле.

Опрос представителей профессионального сообщества отразил основные проблемы развития кадрового потенциала социальной сферы: перекос в структуре социальных работников (95% – женщины); острая ситуация в территориальном плане: 50% работают в Екатеринбурге, 17% – в крупных и средних городах, 33% – в малых городах и селах; высокая текучесть кадров, нестабильность коллективов: 39% работают в системе социальной защиты до 3 лет, 37% – от 3 до 9 лет; 23% – более 10 лет; недостаток компетентности по направлениям социальной работы, а у многих – незнание её основ (образование у 30% – высшее, у 50% – среднее профессиональное, у остальных – общее

среднее; лишь 18% имеют профильное образование; 18% – медицинское, 28% – педагогическое).

По мнению работников социальных учреждений и служб Свердловской области, престиж социальной работы сегодня крайне низкий. Сложившаяся ситуация является прямым следствием ряда субъективных и объективных причин. С одной стороны, особо проявились последствия постреформенного выстраивания взаимодействия законодательного и исполнительного уровня власти, ограниченность внимания со стороны властных структур к работникам этой профессии, недооценка степени значимости системного функционирования государственных учреждений социальной сферы, результатов работы работников на местах, финансирование по остаточному принципу. С другой стороны, существенное влияние на имиджевые характеристики профессии оказывает недостаточная профессиональная компетентность многих работников социальных служб.

Результаты анализа данных, полученных в ходе опроса жителей г. Екатеринбурга, позволили охарактеризовать соотношение идеального и реального профессионального имиджа социальной работы. В сознании населения сегодня сложилось противоречие между ними, которое оказывает негативное воздействие на реальных и потенциальных клиентов социальной работы, препятствуя их обращению за помощью к профессионалам. Как идеальный, так и реальный имидж имеют позитивную направленность. Однако уровень оценок различных индикаторов, характеризующих эти виды имиджа, неодинаковы: население выше оценивает те его компоненты, которые связаны с личными качествами специалистов и проявляют явную неинформированность при оценке полномочий и компетенций специалистов. В оценке респондентами идеальной и реальной заработной платы специфики оценки профессии «социальная работа» отмечено не было. Однако оценки смещены в сторону работников низшей квалификации: и идеальный, и реальный ее уровень завышен, а дистанция с уровнем оплаты труда специалистов и управленцев незначительна. Причина здесь не только в слабой информированности респондентов, но также и в том, что им приходится чаще сталкиваться с рядовыми работниками, а не «начальниками» и специалистами. В ходе исследования было выявлено, что реальному имиджу социальной работы присущи неопределенность и слабость. Эти его проявления имеют как объективные, так и субъективные причины и источники (в том числе установки и стереотипы поведения различных категорий населения в сложных жизненных обстоятельствах). Степень определенности реального профессионального имиджа выше у респондентов, обращавшихся за помощью в социальные службы. Их оценки имеют как позитивный, так и негативный характер. Из этого факта вытекают два следствия. Первое связано с пониманием того, что по мере развития профессиональной социальной работы, расширения сферы ее деятельности в нашей стране можно ожидать изменения престижа профессии в сторону его снижения в связи с вероятным увеличением числа негативных событий: столкновения клиентов с проявлениями непрофессионализма, бюрократизма и др. Не факт, что усиление интенсивности обращений, контактов населения с социальными службами будут способствовать ее общественному одобрению. Темпы развития профессиональной социальной работы настолько велики (и за 20 лет она прошла три этапа в своем развитии – от возникновения, институционализации, до технологизации, которые страны Европы постепенно осваивали в течение почти 100 лет), что качество и масштабы подготовки специалистов по социальной работе, а в еще большей степени, организация и управление этой сферой не успевают за реальными

потребностями как самого института социальной работы, так и общества в целом. Таким образом, второе следствие, вытекающее из наличия тенденции к повышению определенности профессионального имиджа социальной работы, связано с пониманием необходимости его осознанного формирования. Это процесс, в котором участвует множество субъектов, составляющих не только внутреннюю, но и внешнюю среду института социальной работы (в том числе и СМИ, как один важнейших инструментов воздействия на общественное мнение).

На втором опытно-экспериментальном этапе проекта, с учетом полученных ранее эмпирических результатов были конкретизированы проблемы коммуникации населения, органов социальной защиты населения и СМИ региона. Основной выявленной проблемой была обозначена неопределенность представлений о социальной работе как профессии в массовом сознании жителей Свердловской области, отражающаяся на специфике профессионализации этого вида деятельности в российских условиях. Это в большей мере связано с тем, что 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 сообщества. 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, которая касается их интересов не только в материальном, но и в морально-этическом плане.

В процессе работы была обозначена необходимость в формировании и поддержке положительного образа социальной защиты населения, необходимая для снятия имеющихся негативных установок граждан в отношении учреждений социального обслуживания. 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 пресс-службы, информация с территорий не доходит до специалистов, профессионально 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.

В массовом сознании социальная работа ассоциируется исключительно с непосредственным уходом за нуждающимися «социально незащищёнными» 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 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.

В процессе исследовательской работы были сформулированы основные принципы эффективного информационного взаимодействия, которые легли в основу разработанной и реализованной стратегии информационной PR-кампании по сопровождению текущей деятельности МСЗН Свердловской области с целью подъема уровня престижности и коррекции имиджа профессии специалистов по социальной работе. Первый принцип связан с последовательным применением методологии системности как необходимого исходного пункта в понимании целостности всех средств массовой информации в процессе соединения их в единую, четко скоординированную и действующую во имя достижения общих целей систему, основанную на взаимодополнении и взаимозависимости всех СМИ. Это означает, что последовательное применение этого принципа должно реализовываться в постоянной скоординированной системной работе МСЗН как во внутреннем, так и во внешнем коммуникационном пространстве; отражаться в внутрикорпоративной структуре информационных потоков в сфере публичных релейшенз с целью создания эффективной системы информирования о своей деятельности различных групп общественности.

Второй принцип реализуется в комплексном подходе к исследованию значимости разных типов средств массовой информации. Он предполагает дифференциацию интересов в получении того или иного блока информации различными целевыми аудиториями или социально-демографическими группами населения. Последовательное применение принципа комплексности позволяет повышать степень эффективности информационного сопровождения деятельности, увеличивать показатели результативности деятельности всей структуры МСЗН, формировать позитивный профессиональный образ.

Третий принцип заключается в необходимости ориентироваться на потребности разных социальных групп и СМИ в той или иной информации, в понимании того, что значение информационного сопровождения деятельности не сводится лишь к прямому информированию, описанию событий и констатации фактов. Кроме того, при разработке различных аспектов коммуникации следует иметь в виду, что СМИ не являются единственным источником информации. Наличие вокруг индивида сразу нескольких источников социального информирования (ближайшее окружение, трудовой коллектив и т.д.) порождает его избирательность, определенную автономию по отношению к каждому из

источников, дает возможность различать, сопоставлять, выбирать, практически оценивать, воспринимать или отвергать соответствующую информацию.

Четвертый принцип – это принцип наступательности, последовательное проведение которого предполагает введение инновационных форм взаимодействия со СМИ на научно-обоснованной базе и постоянную активную работу МСЗН в этом направлении.

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 повышения качества оказываемых населению социальных услуг, коррекцию сложившегося имиджа социальной работы, повышение ее престижа в обществе. 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 власти. В контексте понимания имиджа органа государственной власти, затрагиваются аспекты эффективности его функционирования, которые оценивается помимо всего прочего в категориях доверия общества к работе этого органа власти и к государственной власти, которую этот орган представляет, как таковой. 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 ранее какие-то важные моменты. Другими словами, информационная работа органов социальной защиты населения не использует в полной мере свой потенциал, чтобы работать на свой имидж, который должен включать аспекты социального прогресса, а не только социальной помощи.

Информационная работа в сфере социальной защиты, 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 в сфере социальной защиты: цели обеспечения доступности информации о деятельности органа исполнительной власти для повышения качества оказываемых государственных услуг (текущая информационная работа); цели повышения доверия к социальной работе со стороны населения (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.

На третьем итогово-оценочном этапе научно-исследовательского проекта осуществлен социологический замер эффективности разработанной и реализованной PR- стратегии по информационному освещению деятельности учреждений социальной сферы Свердловской области. Разработанная научно-исследовательским коллективом и внедренная МСЗН в практику модель информационной работы социальных учреждений и организаций согласно эмпирическим данным, начала приносить позитивные результаты. С одной стороны, повысились показатели информированности населения области о социальной работе, изменилась практика коммуникативного взаимодействия региональных СМИ и органов соцзащиты, сформированы ключевые направления информационной политики МСЗН, внедрены инновационные технологии работы. С другой стороны, получены данные о сохранении

элемента недоверия населения к социальной работе как эффективному социальному институту. В большей степени это связано с тем, что в массовом сознании социальная работа все еще ассоциируется исключительно с непосредственным уходом за нуждающимися «социально незащищенными» людьми, оказанием помощи тем, кто оказался в «непрестижном» социальном положении. Отдавая дань усердию социального работника в поддержке социально-незащищенных граждан, общественное мнение упускает значимость тех направлений его деятельности, которые связаны с поддержкой социально-перспективных членов общества.

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 привел к значительному 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 образовательной и практической сферы по обеспечению эффективной коммуникации и связям с общественностью. Необходимо отметить, что в российских социокультурных условиях без активного привлечения населения к деятельности в сфере социальной работы добиться сдвигов в повышении престижности этой профессии не представляется возможным. 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, органами социальной защиты населения могут привлекаться человеческие ресурсы для решения социальных задач, с другой, вестись работа по изменению отношения населения к социальной работе как к непрестижной профессии. Именно в этом направлении современные средства массовой информации могут быть рассмотрены как эффективный управленческий механизм, способствующий не только повышению информированности населения, но и задействованный с целью привлечения граждан в различные практики социальной работы.

9.10. Аннотация основных итогов выполненного проекта на русском языке

В ряде эмпирических исследований социологов выявлен дисбаланс в профессионально-стратификационной структуре общества свидетельствующий о том, что интерес молодежи и общества в целом к профессиям социальной сферы низкий, несмотря на то, что общественные потребности в данной профессиональной деятельности (в частности, специалистов по социальной работе) достаточно высоки. На федеральном уровне деятельность в социальной сфере, достигнутые позитивные результаты ретранслируются благодаря центральным средствам массовой информации, на уровне субъектов законодательной и исполнительной власти профессионально используются имиджевые технологии для поддержания статусных характеристик социальных учреждений, на уровне регионов не всегда можно говорить об эффективной работе в данном направлении. Складывается ситуация автономности существования и функционирования социальных учреждений на местах, помогающих решать определенные проблемы людям, находящимся в сложных жизненных ситуациях. Таким образом, формируется и поддерживается информационное пространство без включения в массовую коммуникацию ряда государственных социальных учреждений, чем в большей мере объясняются сегодня проблемы с престижем и имиджем социальной работы как профессионального вида деятельности. Как следствие возникает социальное противоречие: вузы готовят профессионалов, но молодые специалисты не хотят работать по специальности. Целый комплекс объективных и субъективных причин оказывает влияние на показатели профессиональной престижности социальной работы в условиях современных реалий. Основными задачами реализуемого научно-исследовательского проекта являлась диагностика имиджа профессии специалиста по социальной работе, разработка на данной основе стратегии информационного сопровождения деятельности МСЗН Свердловской области и ее практическая реализация. 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 (случайно-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 (случайно-стратифицированная выборка, N – 700, 2010 г.), проведенные научными работниками кафедры социологии УрФУ совместно с сотрудниками

Минсоцзащиты Свердловской области. Проект реализовывался в три этапа. На первом информационно-аналитическом этапе была произведена системная диагностика профессионального имиджа специалиста социальной работы, получена оценка видения ситуации в ходе субъектно-объектного взаимодействия в информационном поле региона. На втором опытно-экспериментальный этап проекта, с учетом полученных ранее эмпирических результатов были конкретизированы проблемы коммуникации населения, органов социальной защиты населения и СМИ региона. Разработана и внедрена в практику модель информационной работы в органах социальной защиты населения. Подготовлено учебное пособие для специалистов в сфере социальной защиты населения. На третьем итогово-оценочном этапе осуществлен социологический замер эффективности разработанной и реализованной PR-стратегии по информационному освещению деятельности учреждений социальной сферы Свердловской области. Разработаны и внедрены в практику программы курсов повышения квалификации для государственных и муниципальных служащих Свердловской области. Подготовлено информационное издание для представителей масс-медиа. По результатам проекта опубликовано 38 научных и учебно-методических работ, в том числе 1 информационно-аналитический отчет по результатам исследования, 1 информационно-научное издание, 1 монография, 4 публикации в изданиях ВАК.

Библиографический список публикаций, выполненных в рамках проекта, за весь срок выполнения проекта

1. Вишневский Ю.Р., Полухина М.В. Профессиональный имидж специалистов по социальной работе как фактор, влияющий на эффективность социальной политики в регионах. // Россия: путь к социальному государству / Материалы Всероссийской научной конференции. М.: Научный эксперт, 2008. 0.6 п.л. — на рус. яз.
2. Нархова Е.Н., Полухина М.В. Ресурс массовых коммуникаций как инструмент построения имиджа и коррекции престижа профессии «Социальная работа». // Информационное образование и профессионально-коммуникативные технологии XXI века: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Одесса: Друк. 2008. С.128-130. — на рус. яз.
3. Полухина М.В. Региональная специфика информационного взаимодействия субъектов социальной работы и средств массовой информации Свердловской области. // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. Материалы IX Всероссийской научной конференции, посвященной памяти профессора З.И. Файнбурга. Пермь: ПГТУ. 2008. Т. II. С.101-103. — на рус. яз.
4. Вишневский Ю.Р., Дидковская Я.В., Полухина М.В. Стратегия повышения уровня престижности профессий социальной сферы. // Социология в XXI веке: материалы III Всероссийского конгресса социологов. М.: ИС РАН. 2008. — диск на рус. яз.
5. Дидковская Я.В., Полухина М.В. Влияние профессионального престижа на самоопределение молодежи в сфере социальной работы. // НТГСПА. Ученые записки. Общественные науки: материалы межрегиональной научно-практической конференции «Актуальная культура современного российского студенчества. Нижний Тагил: НТГСПА, 2008. С. 115-118. — на рус. яз.
6. Нархова Е.Н., Полухина М.В. Формирование стереотипных представлений о социальной работе как профессии/ III Ковалевские чтения. СПб.: СПбГУ. 2008. 514-517. — на рус. яз.

7. Полухина М.В., Вишневский Ю.Р. Уровень престижности профессий социальной сферы: стратегия повышения. // Уральские социологи в общероссийском социологическом пространстве. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2008. С.134-144. — на рус. яз.
8. Качайнова Н.Б. Профессия «социальная работа»: проблемы институционализации профессии. // Уральские социологи в общероссийском социологическом пространстве. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2008. С.81-82. — на рус. яз.
9. Профессиональный имидж социальной работы и роль СМИ в повышении ее престижа / Информационно-аналитический отчет. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2008. 98 с. — на рус. яз.
10. Качайнова Н.Б. Профессионализация социальной работы с молодежью // Студенчество стран ШОС: Социокультурное измерение: материалы международных молодежных социологических чтений. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009, с. 195-198. — на рус. яз.
11. Бутусова Е.И., Полухина М.В. Аспекты взаимодействия СМИ и государственных учреждений социальной сферы // Социальные технологии в государственном управлении и бизнесе: материалы Межрегиональной студенческой научно-практической конференции. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. С. 28-30— на рус. яз.
12. Полухина М.В.[электронный ресурс] Основания коррекции имиджа системы социальной защиты населения Свердловской области // Материалы Международного научно-практического симпозиума «Имидж государства/региона, 24-25 марта 2009. СПбГУ. Режим доступа : <http://www.statebrand.ru/part15/49.html>— на рус. яз.
13. Полухина М.В. Инновационный подход к организации освещения в СМИ деятельности государственных социальных учреждений // Материалы II Международной научно-практической конференции «Информационное образование и профессионально-коммуникативные технологии XXI века» .Одесса: ПТГУ. 2009. С. 103-107. — на рус. яз.
14. Вишневский Ю.Р., Дидковская Я.В., Полухина М.В. Престижность профессий социальная сфера в условиях трансформации социально-профессиональной структуры российского общества // Материалы XII международной конференции «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. Ч. 2-3./ Ред. Кол. Грунт Е.В., Комлева Н.А., Кораблева Г.Б. и др.. Екатеринбург: Минитиполаборатория факультета социологии УрГУ. 2009 г. С.126-129. — на рус. яз.
15. Дидковская Я.В. [электронный ресурс] Профессиональный имидж социальной работы // Основания коррекции имиджа системы социальной защиты населения Свердловской области // Материалы Международного научно-практического симпозиума «Имидж государства/региона, 24-25 марта 2009. СПбГУ. Режим доступа : <http://www.statebrand.ru/part15/49.html>.— на рус. яз.
16. Вишневский Ю.Р. Социальная политика – социальная защита населения: от теории к практике // Социальные технологии в государственном управлении и бизнесе: материалы Межрегиональной студенческой научно-практической конференции. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. С. 8-12.— на рус. яз.
17. Полухина М.В. Теоретико-методологические основания коррекции имиджа профессии социальная работа // Научные труды XVI Уральской международной конференции молодых ученых по приоритетным

- направлениям развития науки и техники: сборник статей в 3-х частях. Екатеринбург. УГТУ-УПИ, 2009. Ч. 3. С. 402-408.(0,46 п.л.).— на рус. яз.
18. Полухина М.В. Социальная работа как профессиональная сфера деятельности в современной России // Урал индустриальный: Бакунинские чтения. Материалы IX Всероссийской научн. конф. Екатеринбург, 8-9 октября. 2009 г. : в 2 т. Екатеринбург : «Автограф». 2009. Т.2. С. 237-241.— на рус. яз.
 19. Polukhina M. Research of stereotypes in sociology of professions// European Sociaty of European sociaties: a view from Russia / ed. By V.A. Mansurov. – M. : Maska, 2009. P 95-96..— на англ. яз.
 20. Полухина М.В. Роль СМИ в формировании стереотипных представлений о социальной работе как профессии в Свердловской области// Вестник ВятГГУ. Т. 4. 2009. С. 79-82. (0,56 п.л.) — на рус. яз.
 21. Полухина М.В., Дидковская Я.В. Профессиональное самоопределение и престиж специалистов по социальной работе в современном российском обществе //Известия высших учебных заведений РФ. Экономика. Социология. Политика. Тюмень. 2009, № 4. С. 6-10. — на рус. яз.
 22. Вишневский Ю.Р., Певная М.В. Опыт социологического исследования имиджа профессии социальная работа. Характеристика взаимодействия СМИ и учреждений социального обслуживания населения Свердловской области//Управление социальными процессами в регионах: УП Всероссийская научная конференция 28 октября 2009г.: сб. статей. Екатеринбург: УрАГС, 2009. С.131-134.-- на рус. яз.
 23. Качайнова Н.Б. Самореализация как системный феномен//Самореализация молодежи в социуме. Достижения. Проблемы. Перспективы: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Самара : АсГард, 2009. С.205-208 – на рус. яз.
 24. Певная М.В., Вишневский Ю.Р. Повышение образовательных возможностей специалистов по социальной работе как фактор управления имиджем профессии//Материалы научно-практической конференции «Четвертые Ковалевские чтения». СПб. : СПбГУ, 2009. 320-323. – на рус. яз.
 25. Нархова Е.Н., Бутусова Е.И. Характеристика информированности населения о деятельности социальных служб и организаций //Материалы Международной научной конференции «Студент и научно-технический прогресс-2009». Екатеринбург: УГТУ-УПИ. Принято к печати. – на рус. яз.
 26. Певная М.В. Социологические аспекты изучения имиджа социальной работы. Информационная модель формирования: учебное пособие. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. с. 108. – на рус. яз.
 27. Певная М.В., Дягилева Е.А. Проблемы репрезентации в сети интернет профессии «социальная работа»// Научные труды XVII международной конференции молодых ученых по приоритетным направлениям развития науки и техники: сборник статей. В 3 ч. Екатеринбург: УГТУ–УПИ, 2009. Ч. 1. С. 266-269. — на рус. яз.
 28. Певная М.В. Профессиональная идентификация студенчества в ходе обучения по специальности социальная работа// Российское образование в условиях социальных трансформаций: социологические очерки./ под общ. ред. Ю.Р. Вишневского. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. С. 541-552. — на рус. яз.
 29. Вишневский Ю.Р., Певная М.В. Образовательные возможности специалистов по социальной работе и управление имиджем профессии// Российское образование в условиях социальных трансформаций:

- социологические очерки./ под общ. ред. Ю.Р. Вишневого. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. С. 538-541. — на рус. яз.
30. Певная М.В., Пермякова П.Ю. Формирование имиджа органов социальной защиты населения Свердловской области в контексте социального прогресса// Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры и образования: материалы международной конференции. В 3-х т. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2010. Т.1. С. 220-224. — на рус. яз.
 31. Певная М.В., Пермякова П.Ю., Качайнова Н.Б. Региональная специфика профессионализации социальной работы в Свердловской области: постановка исследовательских задач// Научные труды XVIII Международной конференции молодых ученых по приоритетным направлениям развития науки и техники: сборник статей. В 3 ч. Екатеринбург: УГТУ–УПИ, 2010. Ч. 1.С. 332-337. — на рус. яз.
 32. Певная М.В., Пермякова П.Ю. Информационная работа как инструмент построения имиджа социальной работы и показатель деятельности органов социальной защиты населения Свердловской области// Вестник Тамбовского университета. Сер. Гуманитарные науки. Тамбов. 2010. Вып. 3 (83). С.231-238. (0.8 п.л.) — на рус. яз.
 33. Певная М.В., Пермякова П.Ю. Научно-методологическое обеспечение имиджевой составляющей информационной работы органов социальной защиты населения Свердловской области// Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. Вып. 5. Часть II. Редкол.: Пивоваров Ю.С. (отв. ред.) и др. – М.: ИНИОН РАН, 2010. С.105-112. — на рус. яз.
 34. Дидковская Я.В., Певная М.В. Социальная работа: имидж профессии// Социс. 2011. (0.95 п.л.) — на рус. яз. (принята к печати).
 35. Качайнова Н.Б., Певная М.В. Партерство СМИ и социальных служб как фактор стабилизации социального пространства уральского региона//Управление социальным развитием регионов в условиях выхода из кризиса в современной России и странах СНГ, Материалы международной научно-практической конференции. В 2 ч./ отв. ред. С.Г. Зырянов. Челябинск : Филиал УрАГС. 2010. Ч. 1 С119-121. — на рус. яз.
 36. Pevnaya M. [электронный ресурс] Peculiarities of Social Work Image creation in Russian and abroad//Russian Sociology on the move/ ed. By V.A. Mansurov. Moskow: RSS, 2010. P. 685-686. . — на англ. яз.
 37. Певная М.В., Пермякова П.Ю. Социальная работа как профессия. Взаимодействие СМИ и органов социальной защиты населения: научно-информационная разработка. Екатеринбург: УрФУ, 2010. 56 с. (3.3. п.л.). — на рус. яз.