

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНОЙ
РАБОТЫ**

Факультет психолого-социальной работы

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ
РАБОТА**

(Магистерская диссертация)

Тема работы	Формирование профессионального имиджа специалиста по социальной работе
Образовательная программа	39.04.02 Социальная работа «Инновационные практики в социальной сфере»
Код учебной группы	СМО-ИПСР-П-2019-1
ФИО студента	Астанина Анна Николаевна
Подпись студента	
ФИО научного руководителя, ученая степень, ученое звание	Семено Анастасия Александровна, канд. пед. наук, доцент
Подпись научного руководителя	

Результаты нормоконтроля:

Объем заимствования	
Соответствие требованиям к содержанию, объему и структуре ВКР	<i>Соответствует / Не соответствует</i>
Подпись/ ФИО сотрудника	

Результаты аттестации:

Дата аттестации	
Оценка	
Подпись/ ФИО секретаря ГЭК	

**Санкт-Петербург
2021**

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
.....	
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА СПЕЦИАЛИСТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ.....	8
1 Понятие и сущность профессионального	
.1. имиджа специалиста по социальной работе.....	8
1 Основные технологии формирования имиджа	
.2. специалиста по социальной работе.....	1 7
1 Проблемы формирования профессионального	
.3. имиджа специалиста по социальной работе.....	2 6
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА СПЕЦИАЛИСТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ (на примере СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района», СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района»)	3
.....	4
2 Программа	3
.1. исследования.....	4
2 Результаты эмпирического исследования	
.2. формирования представления профессионального имиджа специалиста по социальной работе (на примере СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района», СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района»).	4 0

.....					
ГЛАВА	3.	МОДЕЛЬ	ФОРМИРОВАНИЯ		
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА СПЕЦИАЛИСТА ПО					
СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ			СОЦИАЛЬНОГО		6
УЧРЕЖДЕНИЯ.....					2
3	Обоснование	модели	формирования		
.1.	профессионального	имиджа	специалистов	по	6
	социальной работе.....				2
3	Описание	модели	формирования		
.2.	профессионального	имиджа	специалиста	по	
	социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ				6
	Василеостровского				3
	района».....				
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....				7
.....					2
	СПИСОК		ИСПОЛЬЗОВАННЫХ		7
	ИСТОЧНИКОВ.....				5
	ПРИЛОЖЕНИЯ.....				8
.....					2

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях проблема имиджа специалиста по социальной работе достаточно актуальна. Это связано, в первую очередь, с его профессиональной деятельностью, которая направлена на оказание помощи тем категориям граждан, которые попали в трудную жизненную ситуацию и нуждаются в получении социальных услуг.

В настоящий момент возрастает потребность в профессионально-подготовленных кадрах. Подготовка специалистов по социальной работе осуществляется на основе федерального государственного профессионального стандарта. Профессионализм у специалиста по социальной работе характеризуется не только наличием духовно-нравственных качеств и склонности к работе с людьми, но и обладанием необходимыми профессиональными компетенциями.

Для эффективной деятельности специалистов по социальной работе имеет профессиональная компетентность специалиста, включающая в себя социально-педагогические, социально-психологические и другие характеристики личности. Сюда мы относим и понятие «имидж». Имидж социальных работников вследствие новизны этой профессии в нашей стране еще не успел сформироваться. Вместе с тем трудно переоценить значение этого фактора в профессиональном общении, где резко возрастает роль самопрезентации.

Профессиональный имидж как особый личностный инструментарий облегчает установление контактов с другими людьми, делая процесс взаимодействия с ними более эффективным. В связи с этим актуальной становится

проблема его целенаправленного формирования в учреждениях социального обслуживания населения.

Воротилкина И.М. [14] в своем исследовании выделяет, что имидж занимает важное место в работе специалиста по социальной работе и положительно влияет на деятельность учреждения.

В своих работах исследователи Андреева Ю.В.[6], Богомолова М.Н.[11], Загорская Н.С.[21] исследуют проблемы создания профессионального имиджа, а также рассматривают технологии его формирования.

Такие исследователи как Камболов С.А.[26], Певная М.В. [42], Воротилкина И.М.[15], Алипханова Ф.Н.[5] раскрывают трудности формирования профессионального имиджа специалистов по социальной работе, что вполне объяснимо, так как в данный момент все больше наблюдается рост интереса исследователей к этой проблеме.

Максимов Д.С. [37], Стрельникова Н.Н. [47], Шестопалова Т.А. [58] и другие занимались исследованием престижа профессии специалиста по социальной работе, в рамках которого рассматривали отдельно имидж специалиста, проблемы его создания.

Арпентьева М.Р. [7], Алипханова Ф.Н. [5], Асильдерова М.М. [9] в своих исследованиях рассматривали модели формирования положительного профессионального имиджа специалистов по социальной работе в рамках формирования имиджа самой организации.

Также актуальностью рассматриваемой проблемы мы можем отнести тот факт, что недостаточно изучено какие качества формируют профессиональный имидж специалиста по социальной работе.

Таким образом, актуальность избранной темы

исследования определяется не только ее общественной значимостью на современном этапе развития нашей страны, но и недостаточной научной разработанностью проблемы, в части определения качеств, формирующих имидж специалиста по социальной работе в учреждениях социального обслуживания населения.

Актуальность и недостаточная исследованность вышеуказанных проблем обусловили объект, предмет, цели и задачи исследования.

Целью ВКР является раскрытие особенностей формирования имиджа специалиста по социальной работе и разработка модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе в учреждениях социального обслуживания населения.

Задачи ВКР:

1. Рассмотреть основные понятия и выделить сущность профессионального имиджа специалиста по социальной работе;
2. Рассмотреть технологии формирования имиджа специалиста по социальной работе;
3. Выделить и рассмотреть проблемы формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе;
4. Провести эмпирическое исследование с целью изучения формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе;
5. Разработать модель формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе, с целью оптимизации работы как специалистов, так и самого учреждения.

Объект изучения в рамках ВКР: имидж специалиста по

социальной работе.

Предмет изучения в рамках ВКР: сущность профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Методы исследования:

1. теоретический анализ литературы по проблеме исследования (научно-теоретический анализ специальной литературы, сравнение, синтез, описание, абстракция);
2. анализ документов;
3. авторское анкетирование;
4. экспертное интервью;
5. социальное картирование;
6. кейс-стади.

Гипотеза исследования: Мы предполагаем, что создание модели формирования имиджа, включающей организационный, содержательный, мониторинговый компоненты, будет способствовать формированию профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Базы практики:

1. Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение социального обслуживания населения «Центр социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов Василеостровского района» (СПб ГБУ СОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района»);
2. Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Центр социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов Приморского района» (СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района»).

Структура работы: работа включает в себя три главы, 7 параграфов, введение, заключение, список использованных

источников, приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА СПЕЦИАЛИСТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

1.1. Сущность понятий «имидж», «профессиональный имидж», «имидж специалиста по социальной работе»

Понятию «имидж» в коммерческой среде посвящено огромное количество научных исследований, статей и книг; однако тема имиджа именно социальных учреждений в русскоязычной литературе проработана очень слабо.

Рассмотрим несколько понятий термина «имидж», которые были найдены в словарях:

В толковом словаре Ушакова дается такое определение: «Имидж – целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.п.» [49].

Имидж – целенаправленно сформированный облик, образ фирмы, товара, услуги, по мнению Горчаковой В.Г. [18]. Имидж должен вызывать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию в целях популяризации лица, фирмы, товара, услуги» [23].

Во избежание путаницы приведем так же трактовку понятия «образ», часто полагаемую схожей по смыслу с имиджем: «Образ – в психологии – субъективная картина мира, включающая самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий». Как мы можем судить из данного определения, основное различие понятий «образ» и «имидж» состоит осознанности формирования второго [9].

Образ может существовать сам по себе, тогда как имидж создается намеренно.

В исследованиях Красновой О.В. термин «имидж» представлен в такой формулировке: «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо» [32].

Далее проанализируем понятие «имидж» у отечественных исследователей. Панасюк А.Ю. в своих работах дает следующее определение: имидж человека – это мнение об этом человеке у группы людей в результате сформированного в их психике образа этого человека, возникшего вследствие прямого их контакта с этим человеком или вследствие полученной об этом человеке информации от других людей; по сути, имидж человека – это то, как он выглядит в глазах других людей, или – что одно и то же – каково о нем мнение других людей [41].

При исследовании понятия «имидж» у различных зарубежных и отечественных авторов Кадермятова Р. А [23], Шестопалова Т.А. [58], удалось выявить несколько трактовок, суть которых изложена ниже:

- Это представление о личностных особенностях индивида, которое формируется и укрепляется у значительной части людей;
- Это стилистическое препарирование истинной фактуры человека;
- Это социально-психологическая установка, предопределяющая поведение людей;
- Это образ публичного человека;
- Это эмоциональное окрашивание прочно закрепившегося образа кого-либо или чего-либо,

возникающий в массовом сознании, способное оказать воздействие на поведение людей.

Таким образом, на основе всего вышеперечисленного, понятие «имидж» можно понимать, как целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, предмета, явления, закрепившийся в массовом сознании, который наделен реальными и идеальными свойствами и чертами, призванный оказывать влияние на значительную часть людей и предопределять их поведение.

Так же важно рассмотреть понятие этики в социальной работе – ведь именно специфика работы с нуждающимися не позволяет перенять опыт формирования имиджа коммерческих учреждений без адаптации.

Этика – часть философии, одна из древнейших научных дисциплин; термин предложен Аристотелем для учения о морали.

Этика профессиональная – наука о идеалах и ценностях, лежащих в основе той или иной деятельности, этических принципов и норм поведения, обеспечивающих взаимоотношения между сотрудниками и вытекающими из содержания их трудовой деятельности. Вместе с тем, профессиональная этика может рассматриваться как моральное самосознание профессиональной группы, её психология и идеология.

Потому профессиональная этика может рассматриваться двояко:

- Как специфическая разновидность общей морали, суженная рамками профессиональной деятельности.
- Как теория нравственности, существующая только в конкретной профессиональной среде.

Так же оговорим основные задачи профессиональной

этики:

- Систематизация накопленного за историю существования профессии опыта. Таким образом, этику можно воспринимать как одну из технологий, ежедневно применяемых в работе - что особенно актуально в помогающих профессиях.

- Обобщение и совершенствование накопленного опыта.

- Влияние на специалиста с целью обеспечить его профессиональный и личностный рост.

- Содействие более полному и эффективному решению профессиональных задач

Этика социальной работы посвящена моральным основам профессиональной деятельности по оказанию помощи уязвимым категориям населения, морально-этическому поведению работников социальной сферы и их взаимодействию друг с другом.

Социальная работа содержит в себе противоречия, которые необходимо разрешать в самом процессе деятельности и являющиеся ее предметом. Глубокое знание норм и правил профессиональной этики, умение творчески их применять в повседневной деятельности позволяет сотруднику социальных служб успешно взаимодействовать с получателями социальных услуг, их родственниками, своими коллегами и специалистами прочих учреждений.

Далее проанализируем составляющие имиджа.

Топчий Л.В. выделяет следующие составляющие имиджа:

- внешний вид;
- «телесный» имидж;
- ГОЛОС;

- речь [54].

По мнению автора, именно внешний вид, голос, речь формируют понятие имидж, и в своих исследованиях уделяет им особое внимание. Если человек помогающей профессии выглядит ухоженно, то о нём складывается приятное, положительное впечатление, и он располагает к себе людей.

И процесс установления межличностного контакта происходит быстрее и эффективнее, что в свою очередь, делает процесс коммуникации и взаимодействия более эффективным [54].

Специалист по социальной работе каждый день общается с разными категориями получателей социальных услуг, которые имеют свои особенности, например, разный возраст людей. По тому, как специалист разговаривает, выдерживает паузы, ведет себя в процессе общения, можно определить уровень его образованности, а также профессионализма.

Также от коммуникативных возможностей специалиста по социальной работе зависит успех его деятельности, что в будущем повлечет за собой отражение на его профессиональном имидже.

Одной из главной составляющей имиджа является профессиональный имидж. Под профессиональным имиджем Андреева Ю.В. рассматривает образ профессионала, который соответствует специфике определенного вида деятельности, а также понимает представление о специалисте, которое формируется непосредственного у его коллег, руководителя, а также получателей социальных услуг [6].

Горчакова В.В. дает свое определение профессионального имиджа: «Профессиональный имидж – это гармоничное сочетание природных и приобретенных

качеств, среди которых главную роль играет компетентность.» [18]. Создание положительного профессионального имиджа необходимо при работе с людьми, а также сопутствует хорошей работе самого учреждения.

Загорская Н.С. в своих работах понимает под профессиональным имиджем образ человека, который отражает сферу его деятельности, и считает, что именно профессиональный имидж является важным условием самореализации и достижение успехов на работе [21].

Калюжный А.А. занимается исследованием формирования имиджа, дает следующее определение профессионального имиджа: «образ человека, детерминированный профессиональными характеристиками, содержит в себе положительную и отрицательную стороны» [25].

На основе анализа вышеупомянутых рассмотренных понятий профессионального имиджа, формируем собственное определение.

Профессиональным имидж – это облик человека, раскрывающий специфичность его профессиональной деятельности, а также его социального статуса, который отражает уровень его карьерных притязаний и достижений, который формируется сознательно с учётом особенностей клиентской группы, призванный оказывать некое социально-психологическое воздействие на неё.

При создании профессионального имиджа, как считает Менщикова И.Ю [38], важно учитывать духовность, нравственность человека, но все-таки основой будут выступать:

- Лидерские и деловые качества;

- Профессиональные компетенции;
- Умение устанавливать партнерские отношения;
- Умение быстро разрешать конфликтные ситуации;
- Умение гармонично уравновесить интересы сотрудников и организации;
- Проявление внимательности к запросам и нуждам клиентов,
- Принципиальность в реализации корпоративной культуры и политики организации.

Кривоносов, А.Д. выделяет наиболее важные показатели профессионального имиджа:

1. наличие сформированного фирменного стиля и уровень его развития;
2. социальные нормы и ценности, пропагандируемые организацией;
3. удовлетворенность клиентов и партнеров контактами с сотрудниками организации;
4. авторитет специалиста внутри и вне организации;
5. оптимальное соединение формальной и неформальной структур организации и прочее [33].

В контексте профессионального имиджа стоит упомянуть и о профессиональном имидже специалиста, как представителя и носителя корпоративной культуры.

Мы считаем, что профессиональный имидж специалиста – это образ, который формируется вокруг конкретного человека с целью популяризации и продвижения в качестве профессионала, а также оказания эмоционально-психологического влияния на его окружение (коллеги, руководство, клиенты и другие).

Данный имидж формируется согласно ценностным установкам сотрудника, и результатом этого может стать его

продвижение по карьерной лестнице. Профессия «специалист по социальной работе» является специфическим видом деятельности, наделена необходимыми компетенциями, а также имеет особенный характер деятельности, который сочетает в себе определенный круг навыков и умений.

Рассмотрим сейчас понятие как «имидж специалиста по социальной работе», но для того этого нам потребуется раскрыть профессиональную детальность специалиста по социальной работе.

Эта профессия требует каждодневную работу с различными категориями населения и относится к категории «человек-человек», что, следовательно, требует необходимых личностных качеств от специалиста в данной области.

К определённым качествам специалиста по социальной работе можно отнести такие понятия: ответственность, личностная адекватность по самооценке и оценке других, принципиальность, оптимистичность, наблюдательность, коммуникабельность, мобильность, способность к самообразованию, гибкость, гуманистическая направленность личности, терпимость, сочувствие к проблемам других людей, чувство эмпатии.

Вышеуказанные качества Арпентьева М.Р. выделяет и считает их обязательными и необходимыми для специалиста по социальной работе для понимания отдельных знаний, умений и навыков, для поднятия профессионального труда [7].

В процессе своей работы специалист по социальной работе выполняет определенные функции:

- Диагностическую;
- Прогностическую;

- Правозащитную;
- Организационную;
- Предупредительно-профилактическую;
- Коммуникативную [52].

В рамках этих функций специалист по социальной работе:

- Выявляет на территории обслуживания граждан, нуждающихся в разнообразных формах и видах социальной помощи; создает базы данных с количественными и качественными характеристиками данных категорий граждан, изучает и анализирует их потребности в социальном обслуживании;

- Занимается разработкой и реализацией индивидуальных маршрутов оказания социальных услуг на основании индивидуальной программы предоставления социальных услуг (ИППСУ) и/или индивидуальной программы реабилитации или абилитации (ИПРА);

- Оказывает различные виды групповых и индивидуальных консультаций по вопросам социальной защиты населения;

- Предоставляет информацию о необходимых документах для решения проблем граждан;

- Содействует в определении нуждающихся в учреждения социальной защиты населения;

- Выступает координатором деятельности государственных и негосударственных учреждений, органов и организаций по оказанию социальных услуг гражданам, а также участвует в установлении межведомственных связей;

- Оказывает помощь в социальной адаптации, социальной реабилитации граждан;

- Принимает участие в формировании и развитии

социальной политики [40].

На основании деятельности специалиста по социальной работе, его профессиональных и личностных качествах, можно дать определение понятию «имидж специалиста по социальной работе».

Под этим понятием мы понимаем образ, который сознательно формируется, детерминирован показателями социальной работы как профессии, показывающий уровень компетентности специалиста, с целью оказания определенного социально-психологического воздействия на целевую аудиторию.

Камболов С.А. в своих исследованиях выделяет компоненты имиджа специалиста по социальной работе [26]:

- информационно-семиотический компонент (внешность, манера поведения, речь);
- личностно-ресурсный компонент (представление о личностных характеристиках);
- профессионально-гностический компонент (профессионально важные качества);
- ситуативно-интерактивный компонент (представление о реально складывающихся взаимоотношениях социального работника с клиентами).

Также понятие «имидж специалиста социального профиля» отражается в работах Кулабухова Д.А., который наиболее значимые личностные качества специалиста по социальной работе определил в три группы:

1. профессиональные качества личности – это высокий профессионализм компетентность в решении разнообразных социальных проблем, высокий уровень образования и общей культуры (в т. ч. духовной), владение смежными специальностями и знаниями по педагогике, психологии,

юриспруденции;

2. гуманистические качества личности – это доброта, любовь к людям, душевность, доброжелательность, чуткость, отзывчивость, желание принять чужую боль на себя, милосердие, человечность, чувство сострадания, эмпатия;

3. социальные качества личности – они включают коммуникабельность, организационные способности, умение правильно понять человека и поставить себя на его место, гибкость и деликатность, тактичность в общении, умение слушать, способность поддерживать другого и стимулировать его на развитие собственных сил, умение вызывать к себе доверительное отношение [34].

Имидж специалиста по социальной работе формируется на основе его собственного, индивидуального имиджа, который зависит от его профессиональных качеств. Стиль поведения, личностные качества, ценности, а также личные интересы воздействуют на тот образ, который специалист формирует.

Практический опыт показывает, что одни специалисты по социальной работе умеют работать в конфликтных ситуациях, другие же прекрасно чувствуют себя в процессе взаимопомощи.

Некоторые специалисты могут спокойно найти общий язык с получателями, замкнутыми, кто-то является более отзывчив в работе с детьми, а другие чутко относятся к лицам пожилого возраста. В связи с вышеперечисленным, можно сделать вывод, что личностные качества специалиста по социальной работе играют главную роль в формировании его профессионального имиджа.

Для планомерного формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе важно его

соответствие этическим качествам.

Проанализировав все выше изложенное, можно сделать следующие выводы:

Понятие «имидж» можно понимать, как целенаправленно сформированный образ какого-либо лица, предмета, явления, закрепившийся в массовом сознании, который наделен реальными и идеальными свойствами и чертами, призванный оказывать влияние на значительную часть людей и предопределять их поведение.

Профессиональный имидж специалиста – это образ, который формируется вокруг конкретного человека с целью популяризации и продвижения в качестве профессионала, а также оказания эмоционально-психологического влияния на окружение (коллеги, руководство, клиенты и т.п.).

Профессиональный имидж специалиста по социальной работе – образ, который сознательно формируется, детерминирован показателями социальной работы как профессии, показывающий уровень компетентности специалиста, с целью оказания определенного социально-психологического воздействия на целевую аудиторию.

Профессиональный имидж специалиста по социальной работе формируется и развивается на протяжении всей трудовой деятельности специалиста. Профессиональный имидж специалиста соответствует его этическим качествам и ценностным установкам.

Мы под понятием «имидж» будем понимать целенаправленно сформированный образ лица, сложившийся в массовом сознании, который наделен реальными и идеальными чертами и свойствами, призванный оказывать воздействие на поведение общественных групп, предопределяющий их поведение. Под профессиональным

имиджем мы понимаем – образ профессионала, соответствующий специфике определенного вида деятельности, представление о специалисте, сформированное у его руководства, коллег, клиентов

1.2. Основные технологии формирования имиджа специалиста по социальной работе

Профессия «специалист по социальной работе» в России является новым направлением в профессиональной деятельности в социальной сфере. В данной сфере клиентами выступают различные категории граждан, нуждающиеся в помощи, ведь они находятся в трудной жизненной ситуации. Инвалидам, лицам пожилого возраста, семьям с детьми, лицам без определённого места жительства и другим достаточно сложно довериться постороннему человеку. Специалисту нужно не только найти контакт с человеком, но и важно завоевать доверие клиента.

По нашему мнению, имидж специалиста по социальной работе – это не просто отражение его компетентности как специалиста или уровень занимаемой должности, это также трепетное и ценностное отношение к своей деятельности, умение переживать, сочувствовать, понять, с какой проблемой обратился клиент, и быть готовым помочь.

Сформированные профессиональные качества позволяют быть эффективным в процессе своей деятельности, и именно они конструируют имидж специалиста по социальной работе в массовом сознании людей.

Так как у населения не в полной мере сформировано представление о профессиональном имидже специалиста по социальной работе, то можно обратиться к положительному опыту решения аналогичной имиджевой проблемы в силовых

структурах. Их цели и полномочия населению куда более понятны. На тему облика полицейского служащего и отделений полиции написаны десятки научных статей и диссертаций; даже на государственном уровне к этому вопросу проявляется пристальное внимание: достаточно вспомнить масштабную кампанию 2011 года по переименованию «милиции» в «полицию», продиктованную во многом именно требованиями имиджа. Дмитрий Медведев объяснял свое предложение следующим образом: милиция ассоциируется с народными дружинами, тогда как полиция – профессионалы, «которые работают эффективно, честно, слаженно».

К имиджу учреждений социального обслуживания подобного внимания в России не проявлялось, если не считать нескольких научных публикаций, никак не повлиявших на общую ситуацию.

Для того, чтобы разобраться в технологиях формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе, стоит рассмотреть технологии создания имиджа.

Имидж – это целенаправленно сформированный облик, образ. Имидж должен вызывать эмоционально-психологическое воздействие на целевую аудиторию в целях популяризации лица» [57].

Шестопалова Т.А. считает, что работа по формированию и созданию профессионального имиджа ведется планомерно и разнообразными средствами по каждому каналу восприятия [58]:

- вербальному;
- визуальному;
- событийному;

- контекстному.

Вербальный канал восприятия формирует культуру общения: речь, публичные выступления, доклады, деловая переписка и т.п.

Визуальный канал отвечает за сформированный внешний образ: некое соответствие нормам деловой и официальной одежды, прическа, манера поведения, мимика и жесты.

Событий канал – это нормативно-этические качества личности, его репутация.

Контекстное измерение рассматривают, как влияет на репутацию человека его окружение, родственники и т.д. При формировании профессионального имиджа стоит обратить внимание на вопрос о репутации специалиста.

Технология формирования имиджа предусматривает применение следующих направлений:

- Информационное.

Представляет собой образ человека, специалиста, учреждения.

- Оценочное.

Является как побуждающие оценки или эмоции, вызванные различной информацией [14].

Мониторинг имиджа осуществляется при использовании ценностных ориентаций, опыта, принципов, а также общепринятых норм. Оценка и образ имеют как различия, так и непрерывную связь.

Профессиональный имидж специалистов по социальной работе необходимо формировать в рамках создания имиджа учреждения, где специалисты работают. Данная деятельность, по мнению Стрельниковой Н. Н., содержит [47]:

- сформированность имиджа организации, ее

корпоративная культура;

- оценка различных компонентов имиджа микро и макросреды: проводить исследование внутреннего имиджа руководителей организации, сотрудников и т.д.;

- идентификация организации: корпоративная культура, идентичность, а также корпоративный дизайн;

- развитие средств социальной коммуникации учреждения: сайт организации, корпоративные СМИ и т.д.

Первой важной задачей при формировании имиджа организации является определения облика учреждения. Создание концепции имиджа организации нуждается в четкой дифференциации в зависимости от категории населения.

На последующих этапах учреждение определяется, формируется комплекс коммуникационных средств: слоганов, логотипов и т.д. Проведение идентификации помогает отразить миссию, цели и задачи учреждения.

На основе результатов социально-психологических исследований, проведенных в данной области Кривоносова А.Д., были выявлены специфические культурные ценности организации, касающиеся следующих вопросов [33]:

- предназначение организации, ее лицо (высшее качество, лидерство в отрасли, инновация технологий);

- старшинство и власть (полномочия, присущие должности или лицу, уважение старшинства и власти);

- значение различных руководящих должностей и функций;

- обращение с людьми (забота о людях и их нуждах, уважение к индивидуальным правам, обучение и возможности повышения квалификации, справедливость оплаты труда, мотивация сотрудников);

- критерии выбора на руководящие и контролирующие должности; организация работы и дисциплина;
- стиль руководства и управления (авторитарный, консультативный, стиль сотрудничества, использование комитетов и целевых групп);
- процессы принятия решений (кто принимает решения, с кем проводятся консультации);
- распространение и обмен информацией (информированность сотрудников о состоянии дел в компании);
- характер контактов (предпочтение личным или письменным контактам возможность контактов с руководством);
- характер социализации (общение сотрудников в рабочее и нерабочее время, особые условия);
- пути решения конфликтов (желание избежать конфликта или идти на компромисс, участие руководства);
- оценка эффективности работы (тайная или открытая, использование результатов);
- отождествление с организацией (лояльность и целостность, дух единства, эмоциональная окраска) [1].

Вишневский Ю.Р. выделял следующие технологии создания имиджа специалиста по социальной работе. В рамках этих технологий необходимо решать определенные задачи, по использованию и внедрению технологий формирования имиджа у молодых специалистов по социальной работе, которые не обладают в данной области необходимыми серьезными знаниями.

Специалист по социальной работе в своей работе нуждается в основательной подготовке и постоянного

совершенствования своих навыков в области формирования имиджа.

В понятие «имидж» Качайнова Н. Б. включает не только свойства личности, но также и специально наработанные качества, не только внешний облик специалиста, но и внутреннее наполнение человека [27].

Различные исследователи, изучая проблему формирования «имиджа», выделяют другие технологии его формирования. Шестопалова Т.А. в своих исследованиях выделяет закономерность внедрения технологии имиджа в процессе реализуемых поэтапно мини-технологиях по рассмотрению системообразующих блоков качеств, которые составляют имидж специалиста:

- визуальный эффект;
- коммуникативная механика;
- флюидное излучение;
- риторические приемы [58].

Данный процесс автор разделяет на 6 этапов:

1. Удостоверение в готовности применения технологий;
2. «Сооружение» внешности;
3. Коммуникативная механика;
4. «Флюидное излучение»;
5. Использование и отработка риторических приемов;
6. Получение данных о готовых сведениях в единое целое [58].

Другой исследователь Кадермятова, Р. А. в своих работах изучает возросшее влияние СМИ на технологию создания имиджа [23].

Кадермятова, Р. А. в своих исследованиях акцентирует внимание на таких пунктах:

- Внешний вид;
- Постановка голоса;
- Публичные выступления и взаимодействие со СМИ;
- Умение появляться на телевидении.

Каждый перечисленных пункт, который автор выделяет, входят в цикл этапов по формированию профессионального имиджа.

Следует рассмотреть данные пунктах подробнее. Когда получатель социальных услуг встречается в учреждении специалист по социальной работе, желательно, чтобы у специалиста был аккуратный, подтянутый и внешне приятный облик – это воспринимается окружающими одобрительно, и можно сделать вывод, что внешний вид такого человека свидетельствует о его уважении к получателям социальных услуг и коллегам по работе.

Важными требованиями к внешнему виду специалиста выступает ее универсальность и опрятность. Присутствие неопрятности неодобрительно воспринимается окружающими.

По позе и взгляду специалиста по социальной работе складывается впечатление об его уважении или пренебрежении к окружающим его людям. Жесты чаще всего усиливают значение слов, которые специалист хочет донести до получателей. Поза специалиста по социальной работе должна быть естественной и корректной, чтобы избежать недопонимания окружающих.

Для специалиста по социальной работе важно иметь владеть искусством публичного выступления, ведения переговоров и бесед, а также иметь навыки активного слушания. От верно сказанного слова зависит эффективность его воздействия.

В своей речи преимущественно использовать слова, которые имеют позитивное значение. В своей речи, Линн Л. рекомендует использовать в речи активные глаголы и обходить стороной употребление пассивных существительных [35].

Желательно специалисту по социальной работе обладать техникой непосредственного контакта. Важно, чтобы речь специалиста была грамотной, для этого необходимо выделять важные слова, акцентируя на них внимание, тем самым подчинять им менее важные.

Также рекомендуется изменять тон голоса в зависимости от ситуации, для выделения слова или фразы на общем уровне. Для придания речи выразительности важно изменять тон голоса. Специалист по социальной работе может делать паузы до и после первостепенных мыслей.

Речь специалиста по социальной работе должна быть обоснованной, логичной и убедительной, которая вызывает размышление и осмысление информации.

Должны быть оригинальной, предложения преимущественно строятся грамотно, правильное словоударение, активное использование метафор, гипербол и т.д.

Важным слагаемым можно считать нравственную надежность специалиста по социальной работе. Учреждению социального профиля и обществу необходим нравственный специалист, способный анализировать и совершенствовать свою профессиональную деятельность. Повышение профессионализма включает ряд мероприятий по самообразованию, участие в семинарах, мастер-классах, конференциях, и повышение квалификации через прохождение разнообразных курсов.

Следующим необходимым слагаемым является профессиональное образование специалиста по социальной работе. Обучение специалиста по социальной работе ведется в соответствии с профессиональным стандартом (зарегистрирован 15.07.2020 года, регистрационный N 58959) [44].

Будущий дипломированный специалист по социальной работе должен знать не только историю, теорию и технологию социальной работы, но и социологию, педагогику, психологию, основы медицины, правовые основы социальной работы, моделирование, социальный менеджмент, социальную квалитологию и т.п.

Особенное внимание при подготовке дипломированных специалистов уделено практической подготовке. Прохождение практики рассматривается как органическая часть обучения в области социальной работы.

Уже с первого курса, студент проходит ознакомительную практику, учебную, производственную и преддипломную. Включение практической части в процесс обучения предусматривает полное освоение специальных дисциплин.

Практика является метом проверки полученных теоретических знаний, которые накапливаются в процессе обучения, и представляют базис, на котором осуществляется глубокое осмысление существующих социальных проблем, которые имеются в социальной сфере.

Таким образом, важной задачей в обучении дипломированных специалистов по социальной работе является интеграция теории и практики.

Благодаря знаниям, приобретенным в процессе обучения, специалист по социальной работе приобретает возможность впитывать в себя полезную и нужную

информацию, подвергать ее чувственной и рациональной обработке. Полученные знания являются необходимым условием для деятельности специалиста по социальной работе.

Следующим слагаемым выступает совершенствование профессиональной деятельности специалиста по социальной (повышение своей квалификации и переподготовка).

Профессиональная переподготовка является важной и неотъемлемой частью профессионального образования специалистов по социальной работе, ведь оказание социального обслуживания в учреждениях социального профиля предполагает осмысление или изменение знаний, установок.

Повышение квалификации специалистов по социальной работе – это некое приращение знаний и умений, которые были получены в рамках профессионального образования, а также переосмысление сложившейся системы знаний, корректирование подходов и установок, изучение инновационных технологий оказания социальных услуг.

Необходимость процесса совершенствования профессиональной деятельности обусловлен также динамично изменяющимся обществом, предъявляющим все новые требования к представителям данной работы.

Грамотно выстроенный имидж специалиста по социальной работе предотвращает преграды, возникающие между специалистом и разными социальными группами. Важно понимать, профессиональный имидж специалиста должен соответствовать существующим стандартам, имидж может корректироваться на протяжении всей профессиональной деятельности.

Таким образом, мы приходим к выводу, что при создании

профессионального имиджа специалиста по социальной работе необходимо формировать в рамках создания имиджа учреждения социального профиля. Стоит также обратить внимание на развитие определенных слагаемых профессионального имиджа специалиста по социальной работе, так как они позволяют точно и правильно выстраивать обозначенную деятельность, что влияет на ее конечный итог.

1.3. Проблемы формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе

Как уже было отмечено в предыдущих параграфах, формирование имиджа специалиста по социальной работе имеет свою специфику и предполагает разработку особых технологий, отличающихся от присущих коммерческой сфере. Вместе с тем, в ситуации, когда социально ориентированные некоммерческие организации практически напрямую конкурируют с государственными, имидж социальных организаций должен сохранить некоторые «коммерческие» элементы. Это позволит избежать негласной монополизации сферы учреждениями того или иного типа.

В настоящее время общество предъявляет высокие требования к уровню профессионализма специалистов из любой сферы деятельности. В особенности, к специалистам помогающих профессий, ведь именно эти специалисты обеспечивают квалифицированное содействие людям, находящимся в трудной жизненной ситуации, в разрешении их жизненных проблем.

На современном этапе развития социальной работы все больше приобретает важность становления профессионального имиджа специалистов по социальной

работе. Востребованность такого рода является очевидной. На территории Российской Федерации созданы и успешно функционируют несколько тысяч учреждений социального обслуживания населения, как государственных, так и некоммерческих. Каждый ведётся работа с получателями социальных услуг по оказанию им помощи.

Климов Е.А. под профессионализмом понимает не просто новый высший уровень знаний и результаты человека в данной области деятельности, а определенную системную организацию сознания, психики человека...» [28].

Зайнышев И.Г. обозначает понятие «профессионализм» специалиста по социальной работе как наличие у специалиста навыков, высокого уровня знания в разрешении жизненных проблем клиента, достижения высоких результатов [22].

В качестве важных факторов, которые оказывают влияние на формирование профессионализма специалиста по социальной работе, Чапаева М.В. выделяла следующее. [57]:

- Существующая среда, как профессиональная, так и социальная. Среда выступает как важное и необходимое условие жизнедеятельности и профессиональной деятельности и является продуктом их совокупной деятельности. В самом начале своего пути человек воспринимает социальную среду, как данность, выступает объектом этой социальной среды, и не включен в полной мере в нее. Аналогично этому, профессиональная среда представляется как результат предшествующей деятельности общества и, вместе с этим, является субъектом воздействия на сознание специалиста по социальной работе. По мере развития профессионализма у специалиста, среда становится объектом его воздействия.

- Процесс воспитания личности является целенаправленным, сознательным, обдуманном воздействием общества и профессиональной группы на индивида.

Целью этого воздействия выступает формирование определенных личностных качеств, мировоззрения, уровень интеллектуального развития, которые полностью соответствуют его профессиональным потребностям. Приобщаясь к профессиональным знаниям, специалист развивает и совершенствует такие качества личности, которые в дальнейшем станут гарантом его успешной профессиональной деятельности, а значит, будут способствовать повышению эффективности социальной работы, решению важнейших социальных проблем.

- Самосовершенствование личности специалиста является результатом его интеллектуальной деятельности человека как личности, а также предметом осмысления внешнего воздействия. В процессе повседневной и профессиональной деятельности, специалист приобретает навыки мышления и анализа полученной извне информации, что является результатом его самостоятельной образовательной деятельности.

Важное значение на сегодняшний момент приобретает не только образовательная, но и воспитательная деятельность, получаемая в стенах образовательного учреждения, которая направлена на формирование личности будущего специалиста социального профиля. Приступив к профессиональным обязанностям, специалист сможет оказывать положительное воздействие, как на получателей социальных услуг, так и на своих коллег, а через них – на все общество.

Процесс своей трудовой деятельности специалист должен детерминировать с определёнными качествами его личности такими, как: честность, умение говорить правду, объективность, исключение симпатии и антипатии в отношении клиентов, справедливость, тактичность, внимательность и наблюдательность, выдержка и самообладание, доброта, любовь к людям, самокритичность, умение анализировать свою деятельность, видеть свои ошибки и уметь их признавать, адекватность, терпение, коммуникабельность, оптимизм и т.д.

Таким образом, выделенные качества специалиста по социальной работе во многом определяют успех его работы и благотворно влияют на его профессиональный имидж. Формирование профессиональных качеств происходит путем усвоения ценностей общества и профессии, впоследствии, превращение их в убеждения и потребности.

Данные качества личности специалиста по социальной работе транслируются им на получателей социальных услуг, его коллег, окружение и все общество, также способствуют повышению уровня нравственности, решению социальных проблем.

В сегодняшнем понимании специалист по социальной работе находится в роли связующего звена между человеком и государством, он защищает права и интересы граждан и оказывает такую помощь населению, которая будет учитывать индивидуальность сложившейся у клиента ситуации. Такое понимание профессии должно иметь под собой правовую основу, как экономического, так и имиджевого статуса специалиста, что выявляет необходимость формирования имиджа профессии в общественном сознании и говорит о его законодательной

незащищенности.

Так же в современных реалиях мы наблюдаем факт того, что статус и престиж профессии в общественном сознании либо недостаточно определен, как в профессиональном, так и в быденном кругах, либо находится на низком уровне в иерархии профессий. Формирование имиджа в профессиональной деятельности специалиста по социальной работе может происходить сознательно или стихийно. В случае, когда имидж специалиста сформирован стихийно, ведущими факторами выступают личностные качества человека, которые были даны ему от природы.

При сознательном создании имиджа специалиста по социальной работе наиболее важным фактором является мотивация или, другими словами, то, ради чего имидж должен быть построен. Можно говорить, что это главная «польза», получаемая от процесса формирования профессионального имиджа.

В связи со сложившейся ситуацией и неоконченной профессионализацией социальной работы, на данном этапе очень важно создавать профессиональный имидж профессии специалиста по социальной работе. Создание имиджа предполагает осознанное конструирование тех или иных качеств и свойств объекта или субъекта, предмета или явления, которые делают их привлекательными в общественном сознании и позволяют решать определенные задачи, связанные с их непосредственным участием.

Престижность профессий во многом связана с уровнем необходимого образования и доходом, который получают профессионалы. Однако социальная работа в общественном мнении не ассоциируется с научной деятельностью и высокими заработными платами; напротив, образование по

специальности «специалист по социальной работе» зачастую получается студентами, вовсе не планирующими продолжать работу в социальной сфере и использующими его просто как способ повысить свой уровень образования. В социальных учреждениях – особенно государственных – ощущается нехватка кадров, особенно – молодых специалистов [34].

Однако, перечисленные выше факты, как правило, неизвестны обычным гражданам, не имеющим отношения к социальной работе. Образ специалиста по социальной работе складывается в общественном сознании при помощи новостных репортажей, публикаций в печати, из массовой культуры и «сарафанного радио». Поскольку сфера социальных услуг в СМИ освещена сравнительно мало, то и представление населения о ее специалистах варьируется от полного незнания до очень отрывочных, искаженных сведений. В условиях информационного вакуума образ социальной сферы наполняется домыслами, чаще всего – негативной окраски.

СМИ и культура в целом зачастую присваивают имиджу специалистов по социальной работе отрицательные оценки и стереотипное восприятие, показывая специалистов профессионально выгоревшими, выполняющими свои функции механически и по строго предписанным правилам; именно этим, как правило, объясняется якобы циничное отношение сотрудников учреждений социального профиля к получателям их услуг.

Нередко освещение единичных случаев превышения сотрудниками социальной сферы своих полномочий подается в СМИ без какой-либо адаптации и пояснений, позволяя зрителю перенести полученную информацию на всю социальную сферу целиком. Внешний облик специалистов и

их поступки, в результате, конфликтуют с образом гражданина, которому необходима социальная поддержка [58].

Специалист по социальной работе в процессе своей работы выполняют следующие задачи: поддерживают, стимулируют, сопровождают получателей социальных услуг на развитие собственных сил из отложенных резервов, не просто предлагают помощь, а учат разрешать собственные трудности самостоятельно; представляют интересы получателей в силу несостоятельности клиентов; предупреждают чрезвычайные ситуации; информируют органы власти о неблагоприятных условиях жизни с целью социальной защиты граждан.

В настоящее время в социальной сфере в Российской Федерации происходят активные модернизационные процессы стандартизации и регламентации процесса социального обслуживания населения. Деятельность специалиста по социальной работе на современном этапе заключается не только в помощи нуждающимся категориям граждан, но и в установлении контактов с органами государственного и коммерческого сектора, СМИ, общественными организациями. В этой связи от специалиста требуется не только установление контакте с представителями организаций, но ведение деловых переписок, умение «держат лицо» в трудных ситуациях.

Таким образом, специалисты социальных учреждений предстают в глазах общественности некомпетентными, недобросовестными людьми с сомнительным качеством полученного образования и низким уровнем оплаты труда. Социальная работа часто представляется «низовой», «грязной работой» - очень распространен, например,

стереотип, что все социальное обслуживание состоит в доставке продуктов пенсионерам на дом, изъятии детей из неблагополучных семей и работе в детских домах. Тот факт, что социальная сфера представляет собой куда более глубокую и сложную структуру, что представители помогающих профессий должны следовать этическим правилам в своей работе, обычно остается в тени.

На основе вышерассмотренного материала можно сделать вывод, что профессионализм в профессии играет важную роль, так как от него зависит профессиональный имидж специалиста по социальной работе.

В обществе существуют стереотипы, связанные с самой профессией «специалист по социальной работе». Также особое внимание стоит уделить тому факту, что престижность профессии напрямую зависит от оценки ее людьми, для которых главными критериями престижности выступают значимость для общества и предоставляемые работнику возможности для удовлетворения его потребностей, получаемые в связи с овладением определенной профессией.

Указанные аспекты составляют предмет уважения к профессии и ее привлекательности со стороны индивида. Критериями оценки здесь могут быть качественные характеристики: мера сложности труда, содержание и характер деятельности, степень возлагаемой на работника ответственности. Важен так же и социально-экономический статус: уровень материального вознаграждения, условия для профессионального и личностного развития. Рассуждая о престиже профессии специалиста по социальной работе, можно говорить о его недостаточном уровне в силу неинформированности граждан о назначении и должностных

компетенциях данного вида деятельности.

Выводы по 1 главе.

Проанализировав теоретические аспекты рассматриваемой проблемы, мы пришли к следующим выводам:

1. Профессиональный имидж специалиста – это образ, который формируется сознательно вокруг конкретного человека с целью популяризации и продвижения в качестве профессионала, детерминирован показателями социальной работы как профессии, показывающий уровень компетентности специалиста, а также оказания эмоционально-психологического влияния на окружение (коллеги, руководство, клиенты и т.п.). Профессиональный имидж формируется исходя из личностных характеристик, а также профессиональных знаний, которые специалист получает в процессе своего обучения. Профессиональный имидж развивается на протяжении всей трудовой деятельности специалиста.

2. Формирование профессионального имиджа специалиста по социальной работе необходимо осуществлять в рамках создания имиджа учреждения социального профиля. Необходимо определить направления, в соответствии с которыми будет происходить данная деятельность. Стоит также обратить внимание на развитие определенных слагаемых профессионального имиджа. Сфера социальных услуг в СМИ освещена сравнительно мало, и представление населения о ее специалистах варьируется от полного незнания до очень отрывочных, искаженных сведений

3. Профессионализм специалиста по социальной работе – это наличие у специалиста навыков и качеств, высокого

уровня знания в разрешении жизненных проблем клиента, достижения высоких результатов. Формирование профессиональных качеств происходит путем усвоения ценностей общества и профессии, впоследствии, превращение их в убеждения и потребности.

4. Тема имиджа специалистов по социальной работе в научной литературе проработана очень слабо. В настоящий момент профессиональному имиджу специалистов социальной сферы уделяется сравнительно мало внимания, не смотря на существующую потребность в проработке вопроса. Система социального обслуживания обладает сложной, непрозрачной структурой, что усугубляется отсутствием компетентных в формировании имиджа организации специалистов. Имидж специалиста социальной сферы складывается в общественном сознании при помощи новостных репортажей, публикаций в печати, из массовой культуры.

5. Важно для профессионального имиджа специалистов социальной сферы соответствовать профессиональным качествам. Ими выступают: чувство ответственности, гуманность, чувство собственного достоинства, уважение чувств своих и получателя социальных услуг, терпимость, понимание. Не менее важными качествами выступают: вежливость, эмоциональная устойчивость, терпение и самообладание.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА СПЕЦИАЛИСТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ (на примере СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района», СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Приморского района».)

2.1. Программа исследования

Цель эмпирического исследования: изучение и выявление проблем формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе и разработка модели, направленной формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе, в рамках повышения результативности социальной работы.

Задачи эмпирического исследования:

1. Проанализировать документы, на который опираются сотрудники СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» и СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» в своей профессиональной деятельности с точки зрения этических норм и развития профессионализма.

2. Разработать анкету и провести анкетирование для инвалидов трудоспособного возраста - получателей социальных услуг, направленную на выявление отношения к профессии «специалист по социальной работе», как имиджа специалиста по социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района».

3. Провести экспертное интервью специалиста по социальной работе СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района», с целью формирования имиджа и уровню престижности профессии специалиста по социальной работе.

4. Проанализировать организации, осуществляющие повышение профессиональной квалификации специалиста социального профиля.

5. Разработать модель формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Объект эмпирического изучения: профессиональный имидж специалиста по социальной работе.

Предмет эмпирического изучения: формирование профессионального имиджа профессии «специалист по социальной работе».

Гипотеза исследования: Мы предполагаем, что создание модели формирования имиджа, включающей организационный, содержательный, мониторинговый компоненты, будет способствовать формированию профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Методы исследования:

1. Анализ документов;
2. Авторское анкетирование;
3. Экспертное интервью;
4. Социальное картирование;
5. Кейс-стади.

Характеристика методов эмпирического исследования:

Анализ документов. Цель метода – анализ нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» и СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района», с целью анализа документов, которые формируют качества профессионализма специалиста по социальной работе.

Анкетирование. Цель метода – анализ мнения инвалидов

трудоспособного возраста, получателей социальных услуг СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» сформировании имиджа «специалиста по социальной работе».

Экспертный опрос. Цель метода – изучение мнения экспертов, работающих в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Приморского района» с целью анализа отношения к сложившемуся имиджу и уровню престижности профессии специалиста по социальной работе и путях их формирования и совершенствования.

Социальное картирование. Цель метода – анализ учреждений, осуществляющих повышение профессиональной квалификации специалистов по социальной работе.

Кейс-стади. Цель метода – выделение типичных проблем формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района».

Этапы исследования:

1 этап: анализ документов деятельности центра СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» и СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района»;

2 этап: проведение анкетирования среди инвалидов трудоспособного возраста, получателями социальных услуг, посещающих СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района»;

3 этап: проведение экспертного интервью с сотрудником СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» по вопросу отношения к сложившемуся имиджу и уровню престижности профессии специалиста по социальной работе;

4 этап: выявление учреждений социального профиля, осуществляющих повышение профессиональной

квалификации специалистов по социальной работе.

5 этап: изучение типичных проблем формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

6 этап: составление рекомендации сотрудникам, в части составления социальной модели СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» по формированию профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Исследовательские базы:

1. СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района»;
2. СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района».

Характеристика баз исследования:

1. Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение социального обслуживания населения «Центр социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов Василеостровского района», сокращенное наименование СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района», в дальнейшем именуемое «Учреждение», создано на основании постановления Правительства Санкт-Петербурга от 17.01.2017 № 15 «О реорганизации Санкт-Петербургского государственного бюджетного учреждения социального обслуживания населения «Комплексный центр Василеостровского района», изменении цели и предмета его деятельности» в процессе реорганизации путем выделения из состава Санкт-Петербургского государственного бюджетного учреждения социального обслуживания населения.

Дата государственной регистрации: 17 января 2017 года.

Учредители: город Санкт-Петербург в лице Комитета имущественных отношений Санкт-Петербурга и

администрации Василеостровского района Санкт-Петербурга.

Цель деятельности учреждения – это социальное обслуживание инвалидов трудоспособного возраста, детей - инвалидов, детей раннего возраста, имеющих проблемы в развитии.

Социальное обслуживание осуществляется по формам:

- полустационарная с периодом пребывания до 4-х часов;
- полустационарная с периодом пребывания свыше 4-х часов (дневное пребывание);
- социальное обслуживание на дому.

СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» предоставляет комплекс социальных услуг:

- Социально-бытовые;
- Социально-медицинские;
- Социально-психологические;
- Социально-педагогические;
- Социально-правовые;
- Социально-трудовые;
- Услуги в целях повышения коммуникативного потенциала получателей социальных услуг, имеющих ограничения жизнедеятельности, в том числе детей-инвалидов;
- Срочные услуги.

Порядок и условия предоставления социальных услуг определяются в соответствии с Федеральным законом от 28.12.2013 N442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» и законом Санкт-Петербурга от 24.12.2014 N 717-135 «О социальном обслуживании населения в Санкт-Петербурге».

СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района»

предоставляет социальные услуги следующим категориям населения:

- инвалиды трудоспособного возраста;
- детям-инвалидам;
- детям раннего возраста, имеющих проблемы в развитии.

СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» имеет филиалы по следующим адресам:

1. Среднегаванский проспект, дом 1 (отделения для детей-инвалидов)

Заведующий филиалом: заместитель директора Савин Иван Евгеньевич.

2. Переулок Каховского, дом 7 (отделения для инвалидов трудоспособного возраста)

Заведующий филиалом: заместитель директора Факторович Роман Викторович

2. Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Центр социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов Приморского района Санкт-Петербурга», сокращенное наименование – СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района», создано от имени субъекта Российской Федерации – города Санкт-Петербурга в процессе реорганизации в форме выделения, на основании постановления Правительства Санкт-Петербурга от 21.07.2014 N 623.

Дата государственной регистрации: 31 марта 2015 года.

Учредители: город Санкт-Петербург в лице КУГИ и администрации Приморского района Санкт-Петербурга.

Цель деятельности учреждения – это социальное обслуживание инвалидов и детей – инвалидов.

Социальное обслуживание осуществляется по формам:

- полустационарная с периодом пребывания до 4-х часов;
- полустационарная с периодом пребывания свыше 4-х часов (дневное пребывание);
- стационарная форма социального обслуживания при временном проживании;
- социальное обслуживание на дому.

СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» предоставляет комплекс социальных услуг:

- Социально-бытовые;
- Социально-медицинские;
- Социально-психологические;
- Социально-педагогические;
- Социально-правовые;
- Социально-трудовые;
- Услуги в целях повышения коммуникативного потенциала получателей социальных услуг, имеющих ограничения жизнедеятельности, в том числе детей-инвалидов;
- Срочные услуги.

Порядок и условия предоставления социальных услуг определяются в соответствии с Федеральным законом от 28.12.2013 N442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» и законом Санкт-Петербурга от 24.12.2014 N 717-135 «О социальном обслуживании населения в Санкт-Петербурге».

СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» предоставляет социальные услуги следующим категориям населения:

- инвалиды трудоспособного возраста;
- детям-инвалидам;

- детям раннего возраста, имеющих проблемы в развитии.

СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» имеет филиалы по следующим адресам:

1. Богатырский проспект, дом 48, корпус 1, лит. А

Заведующий филиалом: заместитель директора Змушко Светлана Евгеньевна

2. Улица Туристская, дом 11, корпус 1, лит А

Заведующий филиалом: заместитель директора Левашкевич Юлия Леонидовна

2.2. Результаты эмпирического исследования формирования представления профессионального имиджа специалиста по социальной работе (на примере СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района», СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района»)

1. Результаты анализа документов СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района».

Для изучения нормативно-правовых актов, которые указывают на наличие профессиональных качеств специалиста по социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района», была составлена следующая выборка:

- Устав СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района»;

- Кодекс профессиональной этики и служебного поведения работников СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района»;

- Должностная инструкция заведующего социально-реабилитационным отделением для инвалидов трудоспособного возраста от 31.12.2019г. №138-ОД;

- Должностная инструкция специалиста по социальной работе на социально-реабилитационном отделении для инвалидов трудоспособного возраста от 31.12.2019г. №138-ОД;

- Положение о социально-реабилитационном отделении для инвалидов трудоспособного возраста от 31.12.2019 № 137-ОД.

Так, в «кодексе профессиональной этики и служебного поведения работников СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» можно обнаружить указания, продиктованные именно вопросами образа сотрудников. В пункте 4 данного документа «поведение и моральный облик сотрудника» указываются такие качества, как компетентность, стремление к профессиональному совершенствованию, профессиональная честность, соблюдение конфиденциальности.

В своём поведении специалист должен воздерживаться от высказываний дискриминационного характера по признакам пола, возраста, расы, национальности, языка, гражданства, социального, имущественного или семейного положения, политических или религиозных предпочтений; от грубости, проявлений пренебрежительного тона, заносчивости, предвзятых замечаний, предъявления неправомерных, незаслуженных обвинений; угроз, оскорбительных выражений или реплик, действий, препятствующих нормальному общению или провоцирующих противоправное поведение.

Особенно важным в рамках нашего исследования представляется глава «Этические обязательства специалиста перед своей профессией». Согласно ей, сотрудник СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» должен

быть «ответственным и активным в дискуссиях по совершенствованию профессии», пресекать неэтические действия коллег, «помогать людям, информируя и делая социальные службы доступными населению».

Таким образом, Кодекс профессиональной этики и служебного поведения работников СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» возлагает ответственность за повышение профессионального имиджа специалиста на самих сотрудников. Однако документов, более подробно рассматривающих этот пункт, обнаружить не удалось; скорее всего, он носит рекомендательный характер и его исполнение не может быть достоверно проверено руководством учреждения и как-либо оценено. Несоблюдение – или, наоборот, соблюдение кодекса контролируется лишь потенциальной возможностью дисциплинарных взысканий и морального осуждения со стороны сотрудников.

При анализе должностных инструкций специалистов отделений, непосредственно взаимодействующих с получателями социальных услуг, каких-либо указаний на конкретные характеристики имиджа (кроме ссылок на этический кодекс сотрудника) обнаружить не удалось.

Таким образом, было установлено, что никаких специальных указаний (кроме кодекса профессиональной этики специалиста, контроль исполнения которого остается под вопросом), во внутренней документации нет.

Результаты анализа документов СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района». Для изучения нормативно-правовых актов, которые формируют качества профессионального имиджа специалиста по социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Приморского района», была составлена следующая выборка:

- Устав СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Приморского района»;
- Положение о Санкт-Петербургском государственном бюджетном учреждении «Центр социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов Приморского района Санкт-Петербурга» от 28.12.2016 № 62;
- Кодекс этики и служебного поведения работников СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» от 06.11.2015 № 18;
- Должностная инструкция заведующего социально-реабилитационным отделением для инвалидов трудоспособного возраста от 02.10.2017г.;
- Должностная инструкция специалиста по социальной работе на социально-реабилитационном отделении для инвалидов трудоспособного возраста от 02.10.2017;
- Положение о социально-реабилитационном отделении для инвалидов трудоспособного возраста от 11.01.2021;
- Должностная инструкция заведующего организационно-методического отделения №128 от 31.05.2017;
- Должностная инструкция специалиста по социальной работе организационно-методического отделения №264 от 14.12.2017;
- Приказ министерства труда и социальной защиты российской федерации от 22 октября 2013 г. N 571н об утверждении профессионального стандарта «специалист по социальной работе».

В кодексе этики и служебного поведения работников СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» разработан в

соответствии в соответствии с положениями Конституции Российской Федерации, Трудового кодекса Российской Федерации, Федерального закона "О противодействии коррупции", иных нормативных правовых актов Российской Федерации, а также основан на общепризнанных нравственных принципах и нормах российского общества и государства. В указанном кодексе в пункте 2 «Основные ценности, обязанности, принципы и правила служебного поведения работников» обозначены правила служебного поведения работников Учреждения, а также приведены основные принципы служебного поведения работников. В данном кодексе профессиональной этики и служебного поведения не регламентирован профессиональный имидж специалиста, указан лишь внешний вид специалиста по социальной работе – деловой стиль, который отличают официальность, сдержанность, традиционность, аккуратность.

В должностных инструкциях специалиста по социальной работе социально-реабилитационного отделения для инвалидов трудоспособного возраста определённых качеств профессионального имиджа специалиста обнаружено не было, кроме ссылок на Кодекс этики и служебного поведения работников.

Также не было установлено при проведении анализа документов, в чьи именно обязанности входит забота о профессиональных характеристиках имиджа специалиста по социальной работе. Наиболее близким к этим функциям оказались организационно-методическое отделение; однако, согласно должностным инструкциям их сотрудников, перечисленные выше обязанности не являются основными и выполняются косвенно.

Заметно большее внимание в документации уделяется вопросам оптимизации финансовых затрат, противодействия коррупции, проверки качества предоставляемых услуг в количественных, удобных для отображения в отчетах показателях. Более сложные для отображения категории — такие как «этичность» - по большей части обходятся стороной и остаются на совести самих сотрудников и заведующих их отделений.

Таким образом, можно сделать вывод, что во внутриорганизационных документах не установлены показатели профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

2. Результаты авторского анкетирования.

На втором этапе было проведено авторское анкетирование инвалидов трудоспособного возраста, получателей социальных услуг, в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района».

В качестве инструментария для данного исследования была использована анкета, состоящая из 12 вопросов. Данные анкеты представлены в Приложении 1.

В исследовании приняли участие 42 инвалида трудоспособного возраста от 18 до 53 лет (мужчины - 13 человек, женщины - 29 человек).

Профессию специалиста по социальной работе считают престижной в молодежной среде лишь 33% респондентов, 45% опрошенных затрудняются ответить на вопрос (рис.1). Оставшиеся 22% говорят о ее непрестижности и связывают это:

- с низкой заработной платой;
- с невозможностью карьерного роста;
- с отсутствием статуса и влияния профессии;

- с неинформированностью населения о деятельности специалиста по социальной работе;
- с низким статусом профессии;
- с ее непопулярность среди населения и молодежи.

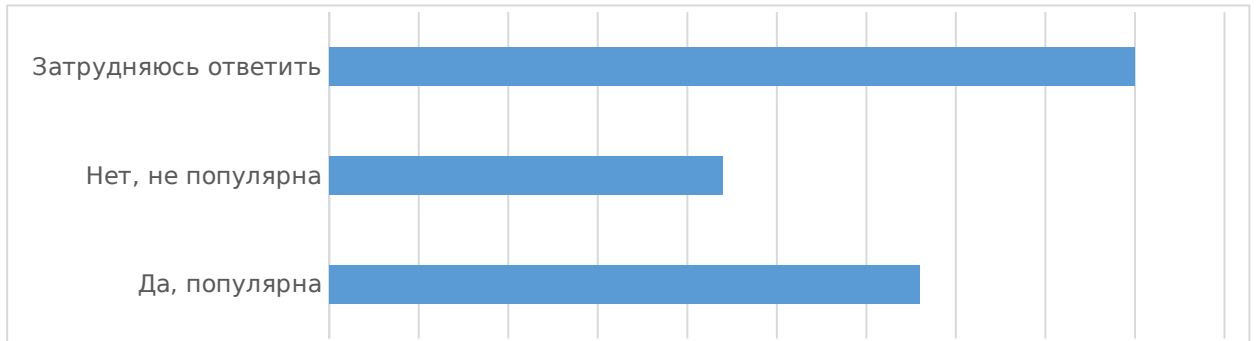


Рис. 1 Престижность профессии «специалист по социальной работе» в молодежной среде.

Часть респондентов (53%) оценили удовлетворенность имиджем специалиста по социальной работе как положительный, а оставшаяся часть (27%) не удовлетворены имиджем и 20% затруднились ответить.

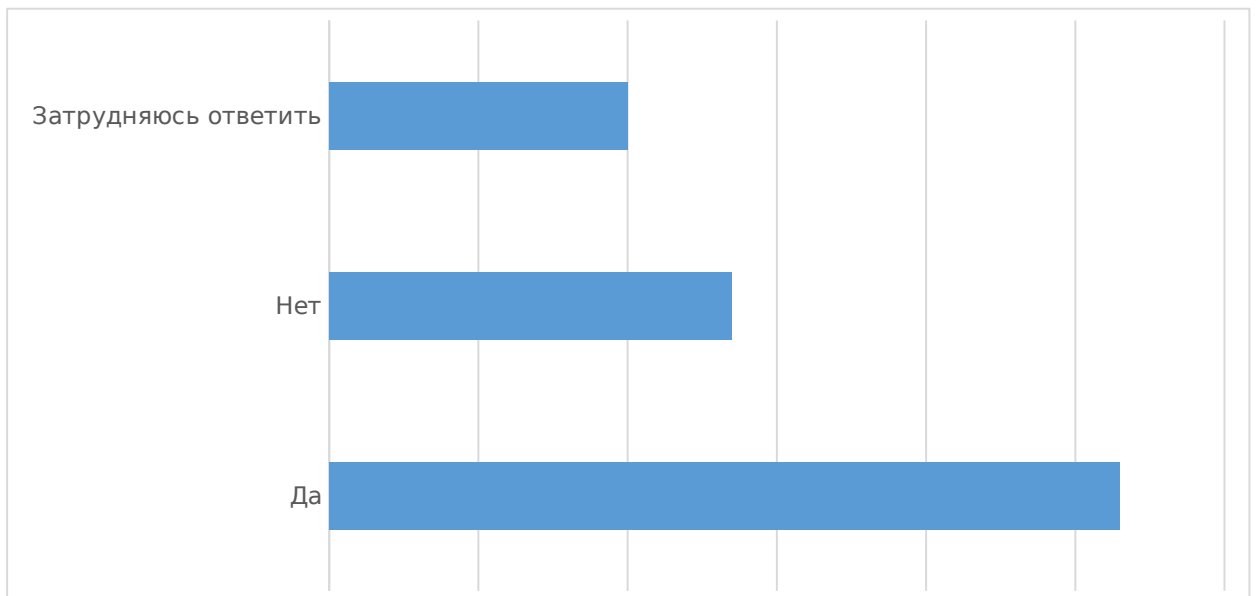
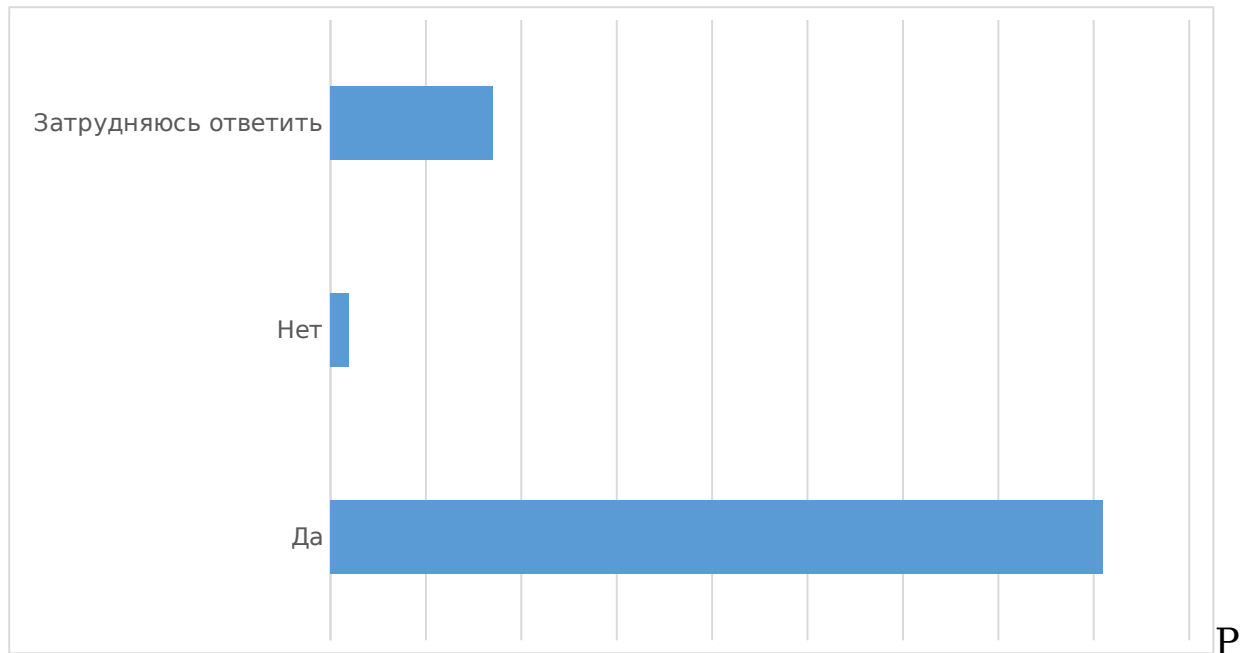


Рис.2. Удовлетворенность имиджем специалиста по социальной работе среди получателей социальных услуг. Большая часть опрошенных респонденты считают профессию специалиста по социальной работе важной и необходимой для современного общества, а 17% не смогли определиться с ответом на вопрос и выбрали графу «затрудняюсь ответить»,

оставшаяся часть – ответили отрицательно.



ис. 3. Необходимость профессии «социальная работа» для современного общества.

Исследование показало, что респонденты считают, что имидж в социальной сфере просто необходим, 7% думают, что социальной сфере не нужен имидж, не один респондент не испытал затруднений с ответом на вопрос «Нужен ли имидж в социальной сфере».

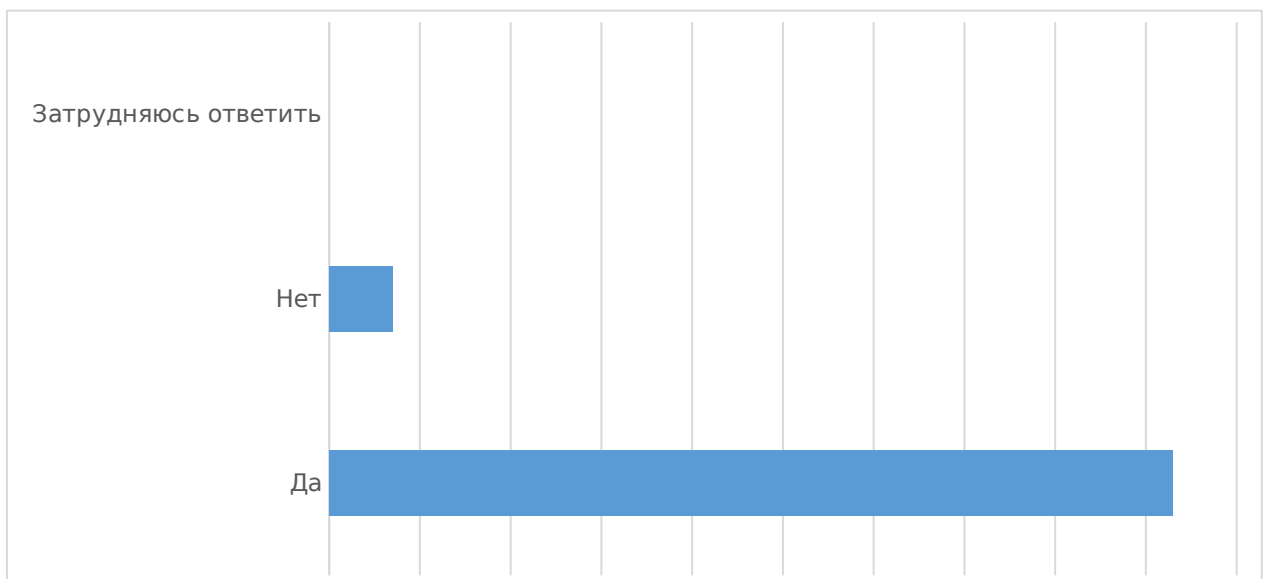


Рис. 4. Существование имиджа в социальной сфере.

Респондентам было предложено оценить имидж специалиста по социальной работе по десятибалльной шкале.

Самым популярным ответом являлась графа «5 баллов» (62,5%), далее идут графы «7 баллов» (18,7%), «6 баллов» (12,5%) и «8 баллов» (6,3%).

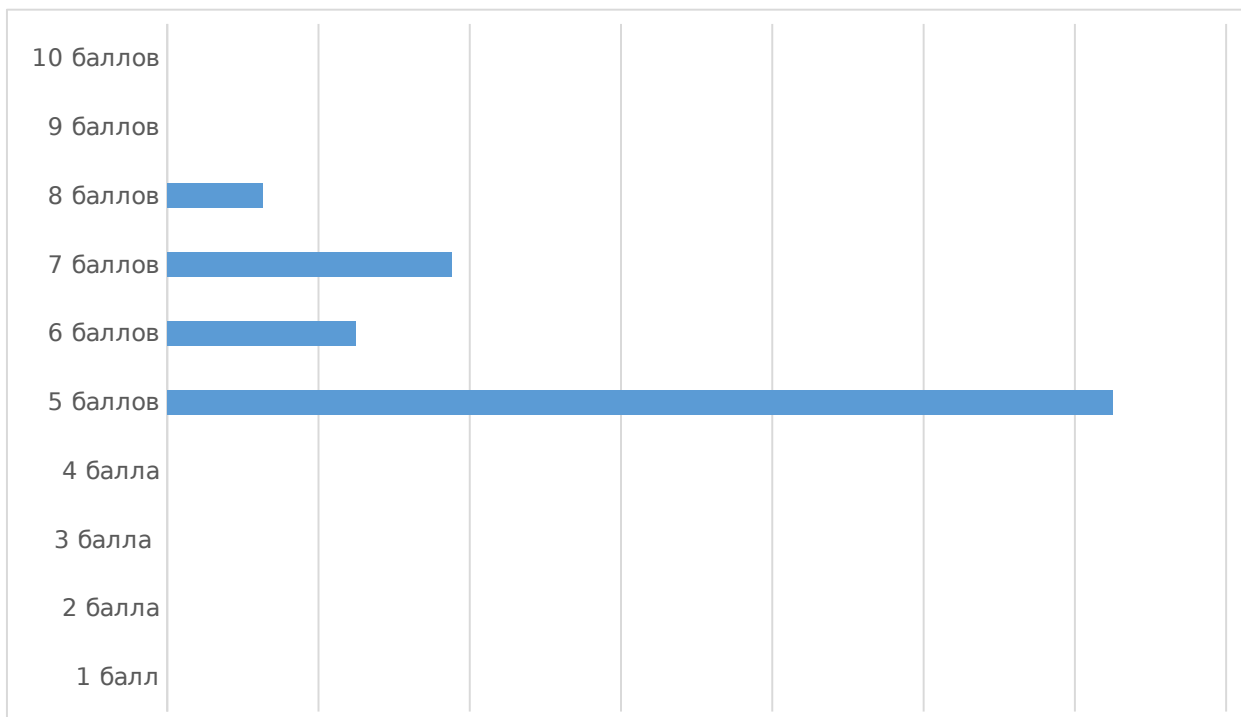


Рис. 5. Оценка имиджа специалиста по социальной работе.

На рисунке 6 представлен период посещения получателями социальных услуг центра социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов.

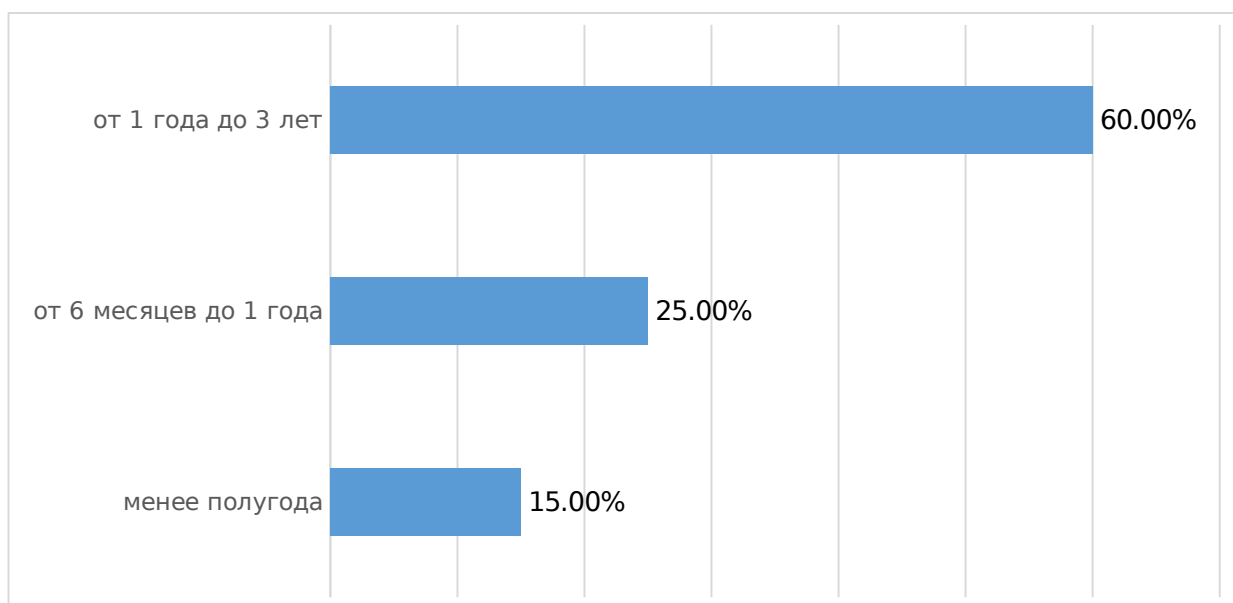


Рис.6. Период посещения получателей социальных услуг СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района».

На вопрос «Если у Вас возникнут проблемы в жизни, к кому Вы будете обращаться за помощью?», рисунок 7, анализ ответов респондентов показал, что 34% будут обращаться к родственникам, к учреждениям социального профиля – 33%, к друзьям и знакомым – 26%, на место работы – 3%, СМИ – 1%, благотворительные организации – 1%

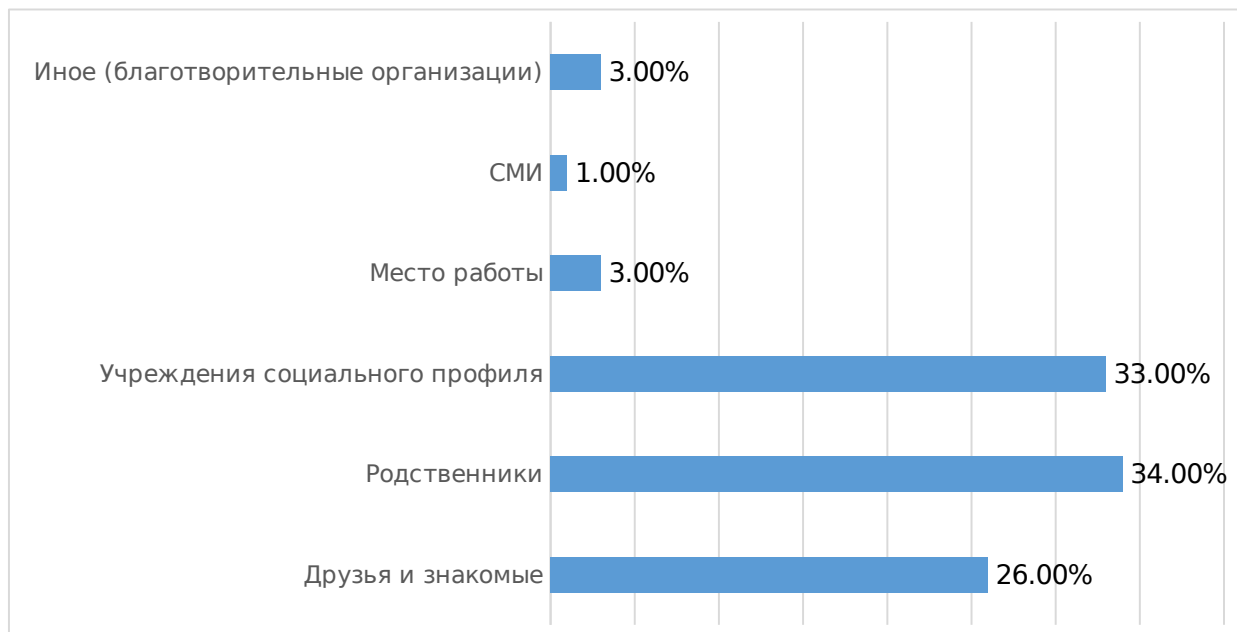


Рис. 7. К кому будут обращаться респонденты, получатели социальных услуг.

На открытый вопрос «Какими личностными качествами обладают люди, которые работают специалистами по социальной работе?» основная часть респондентов (78%) отметили такие личностные качества как доброжелательность, искренность, отзывчивость, сопереживание.

На рисунке 8 представлена удовлетворённость получателями социальных услуг работой специалистов по социальной работе в Центре.

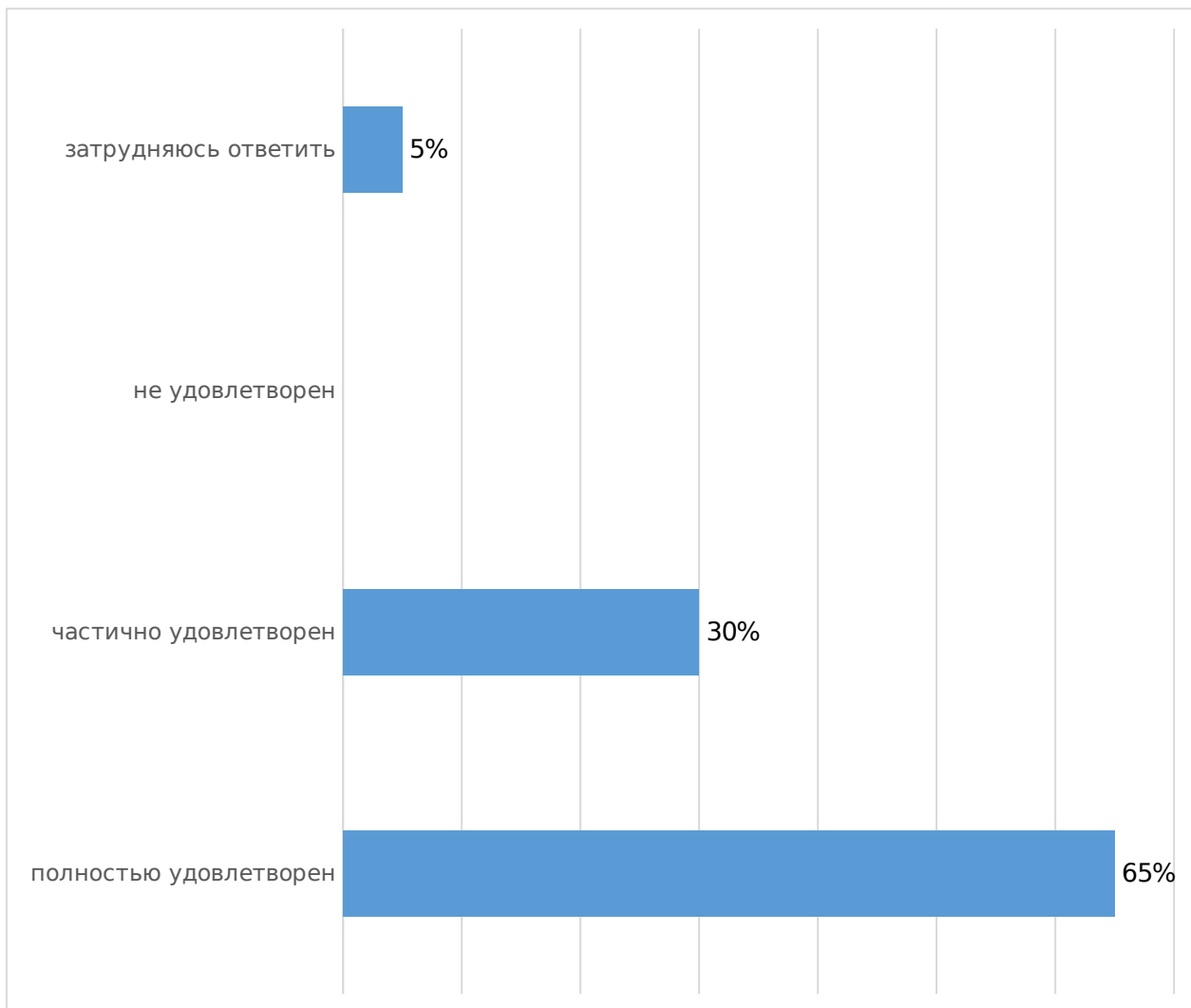


Рис. 8. Удовлетворенность получателями социальных услуг Центра работой специалистов по социальной работе.

На рисунке 9 изображены оценки качества взаимодействия со специалистами по социальной работе в Центре.

35% опрошенных считают, что работа центра социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов Василеостровского района улучшилась, 30% респондентов отмечают, что скорее улучшилась, и 15% - осталась на прежнем уровне, а 20% - затруднились ответить.

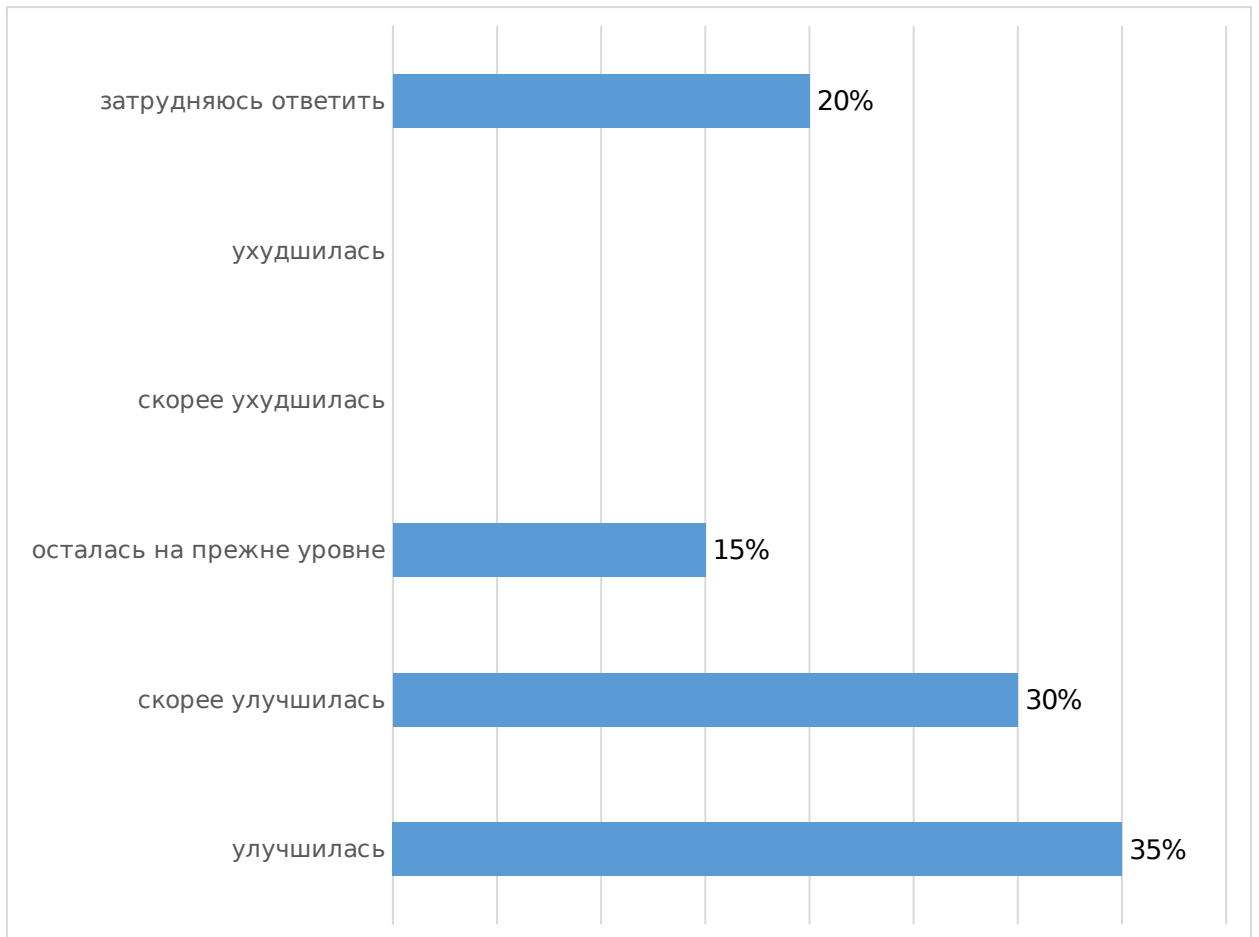


Рис. 9. Качество взаимодействия со специалистами по социальной работе.

Всем респондентам был задан вопрос «Что, по Вашему мнению, следует сделать, чтобы улучшить качество Вашего взаимодействия со специалистом по социальной работе в рамках социального обслуживания в данном учреждении?» респонденты отметили:

- проводить больше информационных и рекламных мероприятий о деятельности специалиста по социальной работе посредством публикаций в местных СМИ, информации на сайте, а также с помощью буклетов и листовок.

По результатам данной анкеты мы можем заключить, что респонденты, получатели социальных услуг, имеют представление о профессии специалиста по социальной работе. Исследование показало, что престиж профессии находится на среднем уровне, в силу недостаточной

информированности населения о деятельности специалиста по социальной работе. В целом респонденты, получатели социальных услуг, отмечают, что довольны имиджем специалиста по социальной работе.

Было также выявлено отсутствие сформированного положительного имиджа профессии и непопулярность ее среди молодежи, несмотря на отмеченную респондентами необходимость профессии для общества

В то же время, респонденты, получатели социальных услуг отмечают, что качество взаимодействия со специалистами по социальной работе улучшилось, а значит, повышение профессиональных качеств позитивно влияет на профессиональный имидж специалистов по социальной работе.

3. Результаты метода экспертного интервью.

Цель данного метода является изучение мнения экспертов, работающих в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Приморского района» с целью анализа отношения к сложившемуся имиджу и уровню престижности профессии специалиста по социальной работе и путях их формирования и совершенствования. В ходе изучения опыта сложившегося имиджа специалиста по социальной работе было проведено экспертное интервью в виде беседы со специалистом по социальной работе социально социально-реабилитационным отделением N 1. Интервью носило полуструктурированный характер, вопросы интервью в Приложении 2.

В ходе интервью было установлено, что специалист по социальной работе должен обладать высококвалифицированными профессиональными навыками: должен быть подкован юридически, владеть нормативно-правовой базой, чтобы предоставлять максимально полную и

подробную информацию получателям социальных услуг о положенных им льготах, пособиях, а также правах, которыми они обладают, в связи с их статусом.

Также, большим показателем профессионализма специалиста по социальной работе, является его умение корректно и доброжелательно выстраивать взаимодействие с получателями социальных услуг и их ближайшим окружением. Ведь, специалист является не только куратором получателя, который должен знать ответ на любой вопрос (либо понимать, где можно найти необходимую информацию), но и его доверенным лицом, во время пребывания в центре, что возлагает большую ответственность на специалиста.

Безусловно, профессиональный имидж формирует благоприятный образ сотрудника. Человеку, который пришел на реабилитацию в Центр, очень важно, чтобы его пребывание сопровождал грамотный и доброжелательный специалист. Во взаимодействии с квалифицированным сотрудником, получатель социальных услуг чувствует себя комфортно и безопасно, что положительно отражается на всем реабилитационном процессе.

Результаты экспертного интервью показали следующее:

1. Регулярное обучение и повышение квалификации позволяет специалисту по социальной работе быть в курсе всех изменений в законодательстве, касающихся вопросов социального обслуживания населения, в свою очередь, это помогает грамотному выполнению профессиональных задач и оперативному оказанию помощи ПСУ, по любым интересующим их вопросам;

2. Работа специалиста по социальной работе приносит пользу тем людям, которые нуждаются в поддержке

квалифицированного специалиста, ведь специалист по социальной работе — это не только консультант по вопросам реализационного процесса, это еще «друг» внутри учреждения, на чью поддержку всегда может рассчитывать получатель социальных услуг;

3. Грамотная профессиональная помощь окружающим, является показателем эффективной, важной и нужной профессиональной деятельности;

4. Основным престижем данной профессии — это квалифицированная помощь людям. Однако, помимо благородных мотивов профессии, это отличный старт для начинающих специалистов познакомиться со спецификой социальной работы, плюс, это колоссальный опыт взаимодействия с людьми различных категорий;

5. Важными качествами для профессионального имиджа специалиста по социальной работе выделены такие, как: грамотное владение нормативно-правовой базой, в сфере социального обслуживания населения; доброжелательное отношение к людям; гибкость ума и умение найти эффективный выход из любой нестандартной ситуации;

6. Влияние имиджа на профессиональную деятельность прямое, так как чем грамотнее специалист, тем выше его квалификация, тем выше качество, предоставляемых услуг. Имидж специалиста позволяет ему наладить доверительные отношения с получателем социальных услуг, в рамках реабилитационного процесса, что повышает шансы на успешную реабилитацию и дальнейшую интеграцию человека, в общество;

7. По мнению эксперта, получатели социальных услуг оценивают деятельность специалистов по социальной работе по наивысшему баллу, так как специалисты по

социальной работе в СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» подходят к решению рабочих вопросов с душой и с высоким уровнем ответственности за результат.

По результатам экспертного опроса было выявлено, что сформированный профессиональный имидж специалиста по социальной работе гарантирует высокое качество оказания социальной услуги, служит свидетельством того, что специалист - профессионал работает образцово, поддерживая порядок во всем. Тем самым профессиональный имидж формирует уважение к специалисту по социальной работе, как к профессионалу, доверие к его предложениям и рекомендациям.

Правильно сформированный профессиональный имидж, по сути дела, становится символом профессии и реально помогает добиться успеха, вызывая у окружающих (руководителя, коллег, получателей социальных услуг) положительные чувства.

4. Результаты метода социального картирования.

С целью выявления организаций государственного и коммерческого сектора, осуществляющих профессиональное повышение квалификации специалистов по социальной работе, на территории Санкт-Петербурга было проведено исследование с помощью метода социального картирования.

С появлением инновационных технологий в работе с получателями социальных услуг и предъявленными высокими качествами к специалистам, работающими в учреждениях социального обслуживания, растет потребность в постоянном повышении квалификации сотрудников по актуальным направлениям деятельности. В этой связи учреждения, ответственные за повышения квалификации работников, увеличивают количество мероприятий,

конференций, мастер-классов, круглых столов.

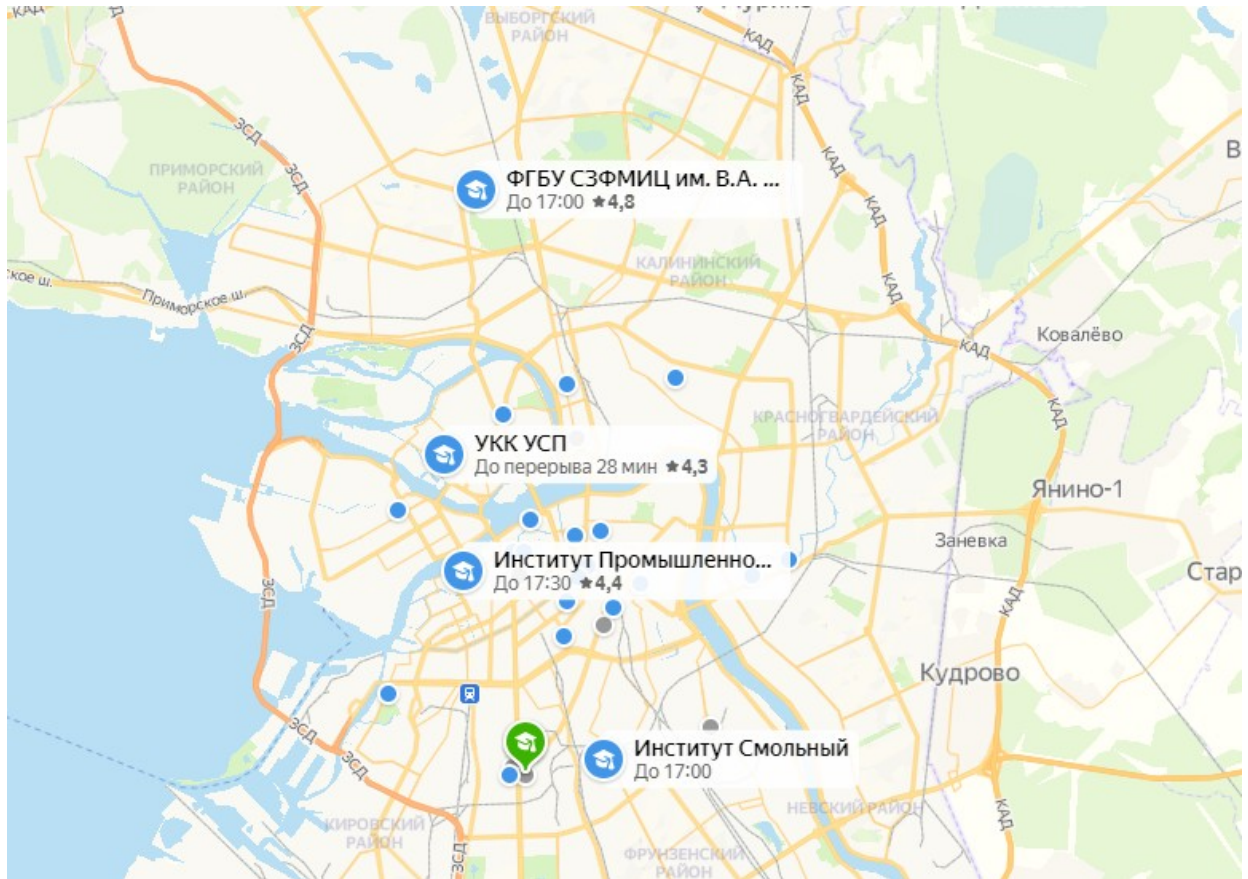


Рис. 10. Организации государственного и коммерческого сектора, осуществляющих профессиональное повышение квалификации специалистов по социальной работе.

К числу учреждений, пользующихся спросом среди специалистов социального профиля можно отнести:

- СПб ГБУ «Городской информационно-методический центр Семья»;
- СПб ГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы».

Повышение квалификации работников учреждений социального обслуживания, подведомственных Комитету по социальной политике, проводятся в СПб ГБУ «Городском информационно-методическом центре «Семья»». Целью деятельности учреждения является материально-техническое обеспечение деятельности Комитета по социальной политике Санкт-Петербурга в сфере семейной

политики, социальной защиты населения и демографического развития Санкт-Петербурга.

Предметом деятельности СПб ГБУ «Городской информационно-методический центр Семья» является:

- разработка методических материалов и рекомендаций в соответствии с компетенцией Комитета по социальной политике Санкт-Петербурга по вопросам семейной политики, социальной защиты населения и демографического развития Санкт-Петербурга;

- проведение конференций, совещаний, семинаров, организации выставок по вопросам, находящимся в компетенции Комитета по социальной политике Санкт-Петербурга;

- организация работы по сопровождению выпускников государственных учреждений для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в том числе сбору сведений и ведению учета сведений о выпускниках указанных учреждений;

- организация и проведения аттестации руководителей и работников государственных учреждений;

- подготовка материалов для разработки ежегодного государственного доклада о положении детей и семей, имеющих детей, в Российской Федерации;

- подготовка материалов для подготовки доклада о мерах, принимаемых для выполнения обязательств Российской Федерации по Конвенции о правах инвалидов;

- участие в осуществлении организации исполнения законодательства Российской Федерации о наркотических средствах, психотропных веществах и их прекурсорах;

- организация профессионального обучения работников поставщиков социальных услуг и получения ими

профессионального образования и дополнительного профессионального образования;

- осуществление разработки и апробации методик и технологий в сфере социального обслуживания населения в Санкт-Петербурге.

Профильной организацией, оказывающей услуги по переподготовке и повышению квалификации является СПб ГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы». Данное учреждение ведет набор по программам повышения квалификации:

- Технологии работы психолога;
- Базовые курсы по психологии;
- Арт-терапия;
- Психолого-педагогические технологии;
- Тренинговая работа.

Также в СПб ГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы» возможно в относительно короткие сроки получить необходимы знания для осуществления нового вида профессиональной деятельности. Переподготовка осуществляется по следующим направлениям:

- Социальная работа;
- Психология;
- Логопедия.

Повышением профессиональной квалификацией также занимается СПб ИДПО «Смольный». На базе учреждения оказываются теоретические и практические занятия, ставящие перед собой цель – совершенствование профессиональных навыков и умений специалистов в связи с постоянно повышающимися требованиями по профилю профессиональной деятельности.

Среди организаций, приставленных в частном секторе, наиболее распространённой является Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Инновационно-образовательный центр «Северная столица» (АНО ДПО «ИОЦ «Северная столица»). Специалисты организации проводят семинары и курсы по социальной работе (более 50 программ), направленных на повышение квалификации руководителей и специалистов в сфере социального обслуживания и социальной поддержки граждан.

Еще одна некоммерческая организация – Автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования «Единый Центр Подготовки Кадров» (АНО ДПО «ЕЦПК»). Среди направлений деятельности есть повышение квалификации, касающихся вопросов социального обслуживания и социальной защиты населения.

Таким образом, проведенное исследование с помощью метода социального картирования позволило сформировать целостную картину учреждений государственного и коммерческого сектора, оказывающих услуги по повышению квалификации и профессиональной переподготовке для специалистов по социальной работе. Государственный сектор в основном представлен учреждениями, подведомственными Комитету по социальной политике. На курсах повышения квалификации специалисты знакомятся с новым методическим материалом, инновационными технологиями работы с различными категориями населения, обмениваются опытом в решении трудных профессиональных задач, участвуют в тренингах, что, свою очередь, ведет к улучшению качества социального обслуживания. Среди

некоммерческих организаций наибольшее влияние на процесс повышения квалификации имеет АНО ДПО «ИОЦ «Северная столица».

В целом, организации государственного и коммерческого сектора располагаются равномерно на карте Санкт-Петербурга.

5. Результаты кейс-стади.

С целью изучения типичных проблем формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе был проведен анализ личных примеров в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района», с помощью метода кейс-стади.

Кейсы были составлены на основе беседы с заведующими указанных отделений.

Кейс № 1. Специалист по социальной работе на социально-реабилитационном отделении, 45 лет, стаж работы по специальности - 24 года. Образование - среднее профессиональное. Данный сотрудник имеет высшую квалификационную категорию.

Основным направлением деятельности данного специалиста по социальной работе согласно должностной инструкции является осуществление мероприятий по социальной реабилитации детей-инвалидов, получателей социальных услуг, в соответствии с Законами Российской Федерации, Постановлениями правительства РФ и Санкт-Петербурга.

Специалист тесно взаимодействует с различными межведомственными учреждениями (например, ГБС(К) ОУ №4; Отдел социальной защиты населения и др.), где представляет интересы клиентов и отстаивает права своих представителей получателей социальных услуг.

В своей работе считает ценным и правильным:

- уважать получателя социальных услуг;
- быть компетентным по вопросам, связанных с процессом социальной реабилитации семей с детьми-инвалидами;
- быть гибким и быть в курсе реальной жизни получателя социальных услуг;
- побуждать к действию законных представителей получателей социальных услуг.

Уровень самообразования специалист повышает изучением методической, профессиональной, научно-практической литературы. В своей работе сотрудник устанавливает особую доверительную атмосферу общения, добрые, уважительные отношения с получателями социальных услуг.

Кейс № 2. Специалист по социальной работе на отделении дневного пребывания, 30 лет, стаж работы по специальности – 5 лет. Образование – высшее.

В процессе работы в данном учреждении:

- проявляет активный познавательный профессиональный интерес к своей деятельности,
- изучает и апробирует инновационные технологии,
- соблюдает требования к отчетности и срокам ее предоставления, качеству ведения документации по профилю своей деятельности.

В коллективе имеет хорошую репутацию, отношения с коллегами открытые, по типу сотрудничества. С поставленными задачами справляется креативно, быстро и качественно.

На протяжении работы в учреждении показала себя квалифицированным специалистом, качественно

выполняющим свои должностные обязанности, способным справляться с большим объемом работы. Зарекомендовала себя как ответственный работник.

В ходе практической работы с получателями социальных услуг данный специалист по социальной работе продемонстрировала такие личные качества как нацеленность на результат, исполнительность, креативность, аккуратность, инициативность, высокий уровень грамотности, высокий профессионализм.

В отношении получателей социальных услуг проявляет вежливость, тактичность, эмпатию.

В заключение можно добавить, что сотрудник постоянно развивается, апробирует новые технологии и методы работы.

Кейс № 3. Специалист по социальной работе на отделении раннего вмешательства, 27 лет, стаж работы – 4 года. Образование – высшее. специалист второй квалификационной категории.

В должностные обязанности специалиста входит:

- консультирование по различным вопросам социальной реабилитации;
- составление и контроль расписания занятий получателей социальных услуг;
- ведение группы «Вконтакте»: «Отделение раннего вмешательства В.О.»;
- разработка и реализация авторских программ на Отделении раннего вмешательства.

При общении с законными представителями получателей социальных услуг постоянно присутствует доброжелательность, которая располагает к откровенности.

Высокая работоспособность данного сотрудника, которая часто сопряжена с затратами и личного времени,

позволяет ей выдерживать интенсивный график работы, который включает в себя работу по оформлению различных документов в установленные сроки и многое другое.

Данный специалист по социальной работе постоянно стремится к тому, чтобы качество оказываемых услуг повышалось. На данный момент она участвует в разработке новых методик и технологий в сфере социальной реабилитации в Центре.

В целом, изучение личных дел специалистов по социальной работе, работающих в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» позволило сформулировать следующие выводы:

- деятельность специалистов по социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» можно считать достаточно результативной, так как специалисты в процессе своей деятельности используют разнообразные технологии. Также специалисты владеют немалым арсеналом профессиональных умений, обладают глубокими знаниями в области социальной реабилитации инвалидов и детей-инвалидов.

- развитием своих профессиональных качеств специалисты по социальной работе занимаются самостоятельно, так как не было выявлено ни одной структуры, регламентирующей и контролирующей наличие-отсутствие профессиональных качеств у специалиста, что и является проблемой формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Таким образом, исходя из исследования проблем формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» и СПб ГБУ «ЦСРИиДИ

Приморского района», с помощью различных эмпирических методов, можно сформулировать следующие выводы:

1. Анализ доступных для ознакомления внутренних документов позволил изучить наличие качеств профессионального имиджа специалиста по социальной работе. Было выявлено, что никаких специальных указаний к профессиональному имиджу специалиста по социальной работе нет. Формирование профессионального имиджа полностью ложится на плечи самого специалиста и заведующих отделений. Не было выявлено структуры в учреждении, которая бы контролировала наличие-отсутствие качеств профессионального имиджа специалиста.

2. Проведение авторского анкетирования позволило определить представление инвалидов трудоспособного возраста, получателей социальных услуг, о существующем профессиональном имидже специалистов по социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района». У респондентов отмечается положительное отношение к деятельности самих специалистов.

3. Экспертное интервью со специалистом по социальной работе, работающим в СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района», показало, что профессиональный имидж специалиста напрямую влияет на качество оказания социального обслуживания. Профессиональный имидж специалиста формирует благоприятный образ сотрудника и учреждения. Также профессиональный имидж специалиста по социальной работе влияет на уважение, доверие со стороны получателей социальных услуг и показывает его как профессионала своего дела.

4. Из рассмотрения учреждений на территории Санкт-Петербурга, осуществляющих профессиональное повышение

квалификации специалистов по социальной работе, следует вывод, что в городе недостаточно профильных организаций для осуществления данной деятельности, особенно в частном секторе.

5. Анализ личных примеров специалистов по социальной работе дал возможность более детально рассмотреть специфику деятельности специалистов по социальной работе, ознакомиться с личными делами специалистов по социальной работе, а также выделить основную проблему в формировании профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

В целом, проведенное исследование позволило проанализировать деятельность специалистов по социальной работе, а также имеющийся опыт в вопросе самостоятельного формирования имиджа специалистов по социальной работе, что стало основанием для разработки модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе на базе СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района».

ГЛАВА 3. МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА СПЕЦИАЛИСТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ СОЦИАЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

3.1. Обоснование модели формирования профессионального имиджа специалистов по социальной работе

По результатам эмпирического исследования мы можем сделать общий вывод, что целенаправленной работы по формированию профессионального имиджа специалиста по социальной работе в анализируемых нами учреждениях: СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» и СПб ГБУ «ЦСРИиДИ Приморского района» не ведется, но руководство учреждения СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района» уже осознало потребность в создании благоприятного профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

В связи с этим, нами предлагается модель формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе, ориентированная на развитие имиджа специалистов по социальной работе.

Данная модель разрабатывалась с учетом специфики деятельности специалистов по социальной работе и социального учреждения, и важно заметить, что в социальной сфере на первый план будут показатели имиджа специалиста. В настоящее время специалисты по социальной работе вынуждены задумываться о своей привлекательности для реальных и потенциальных получателей социальных услуг, планировать мероприятия, направленные на формирование своего профессионального имиджа. Специалист по социальной работе в своей профессиональной

деятельности должен опираться не только на фундаментальные знания по профессии, но и обладать инструментарием для эффективной, комплексной работы. Формирование профессионального имиджа специалиста по социальной работе является одним из приоритетным направлением функционирования и развития системы социального обслуживания, так как его основными компонентами являются профильное образование, профессиональная компетентность, инициативность, личностные качества, имеющие важность для профессиональной деятельности, стремление к профессиональному совершенствованию.

В процессе создания модели мы столкнулись с тем, что на данном этапе развития социальной работы не существует общепринятой модели формирования имиджа специалиста по социальной работе социального учреждения. Проанализировав литературу по проблеме исследования, в качестве ориентира была выбрана типология подходов к формированию имиджа, предложенная Д.А. Горбаткиным [10]. Основой для его проведенного анализа послужили программы формирования имиджа организаций и специалистов, которые были разработаны специалистами из различных отраслей. В основу его исследования входят четыре подхода, раскрывающие проблемы формирования имиджа специалиста и предприятия: производственно-экономический подход; маркетинговый подход; клиентурный подход; кадровый подход.

При создании модели важно изучить реальный социальный контекст и сформировать последовательность мероприятий по формированию профессионального имиджа специалиста по социальной работе среди получателей услуг

и широких слоев общественности.

3.2. Описание модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района»

В рамках данной модели под профессиональным имиджем специалиста по социальной работе мы будем понимать образ специалиста, формирующийся сознательно, который детерминирован показателями социальной работы как профессии, показывающий уровень компетентности специалиста, с целью оказания определенного социально-психологического воздействия на целевую аудиторию (коллеги, получатели социальных услуг и др.).

Модель формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе представлена на рисунке 11.

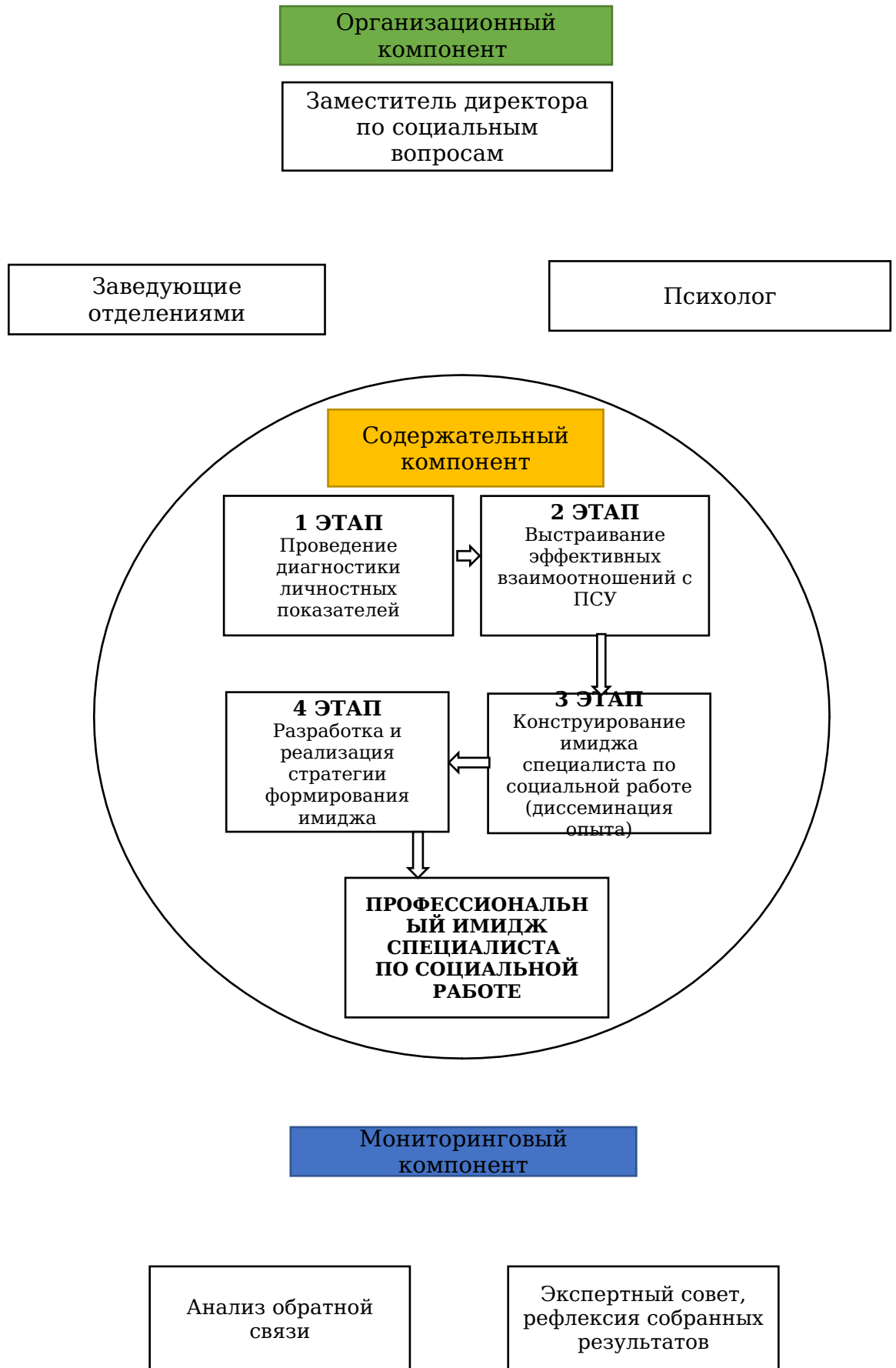


Рис. 11. Модель формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Предложенная нами модель формирования

профессионального имиджа специалиста по социальной работе включает в себя следующие компоненты:

- Организационный;
- Содержательный;
- Мониторинговый.

Рассмотрим подробнее каждый компонент модели.

Организационный компонент модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Модель предполагает подключение специалистов разного уровня подготовки. Ответственный за реализацию модели является заместитель директора по социальным вопросам. Также необходимыми специалистами для реализации модели являются заведующие отделений, а также психологи (при наличии).

В функциональные обязанности заместителя директора по социальным вопросам входят:

- Координация деятельности структурных подразделений Центра по реализации плановых и программных документов, выполнению государственного задания и поручений вышестоящих учреждений;
- Принятие решений и подписание локальных документов, оказывающих влияние на оказание социальных услуг населению;
- Организация мониторинга удовлетворенности получателей социальных услуг доступностью и качеством предоставления социальных услуг в учреждении;
- Контроль выполнения планов и программ деятельности Центра;
- Подготовка и осуществление мероприятий по обеспечению комплексной безопасности учреждения

социального обслуживания и пребывающих в нем получателей социальных услуг.

В функциональные обязанности заведующих отделений входят:

- Организация деятельности структурного подразделения своевременно и в полном объеме;
- Планирование организации деятельностью структурного подразделения учреждения;
- Контроль деятельности структурного подразделения Центра;
- Оказание социального обслуживания получателям социальных услуг.

Эффективностью реализации организационного компонента модели является:

- Управленческий аспект в части создания структуры работы с коллективом, распределения обязанностей, координации действий заведующих и специалистов, установлении коммуникационных каналов связи с использованием формальных и неформальных отношений.

Содержательный компонент модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Для реализации содержательного компонента модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе были разработаны четыре этапа, которые должны выполняться последовательно:

- 1 этап: Проведение диагностики личностных показателей;
- 2 этап. Выстраивание эффективных взаимоотношений с ПСУ;
- 3 этап. Конструирование имиджа специалиста по

социальной работе = диссеминация опыта;

4 этап. Разработка и реализация стратегии формирования имиджа.

Рассмотрим подробнее каждый этап модели.

Реализация первого этапа предполагает социально-психологическую диагностику специалистов по социальной работе, с целью получения информации о социально-психологических особенностях специалистов (уровень коммуникативного потенциала, ответственности и др.). Получение данной информации возможно благодаря использованию личностных тестов при помощи психологов.

Помимо психолого-социальной диагностики, в данный этап включено следующее:

- Занятия по формированию профессиональных навыков, необходимых для осуществления своей профессиональной деятельности;
- Мероприятия по формированию лояльности специалистов через систему материальной и нематериальной мотивации;
- Групповые занятия на поддержание корпоративной культуры;
- Изучение этических и нравственных основ специалистов.

Для проведения данного этапа предполагается приглашения специалистов-профессионалов из государственного и коммерческого сектора.

Второй этап предполагает выстраивание эффективных взаимоотношений с получателями социальных услуг.

Реализация данного этапа предполагает оценку удовлетворенности получателей услуг основных параметров социального обслуживания, для дальнейшего повышения

качества обслуживания. Также данный этап подразумевает создание культуры взаимодействия с получателями социальных услуг, с помощью проведения мероприятий и акций, которые рассчитаны для широких кругов общественности (СМИ, спонсоры учреждения, государственные структуры, общественные организации) и расширение информационной открытости о деятельности специалистов по социальной работе.

Третий этап включает в конструирование имиджа специалиста по социальной работе. Диссеминация опыта предполагает создание новых образцов деятельности специалистов по социальной работе, поднимающих деятельность специалистов принципиально новый качественный уровень и способствующих повышению результата оказания социальных услуг, посредством повышения квалификации в части непрерывного образования: научно-практические конференции, участие в круглых столах, семинарах, дистанционных конкурсах

Важным моментом данного этапа является траектория развития имиджа специалиста по социальной работе. Данная траектория позволяет специалисту самостоятельно выбирать траекторию развития своего профессионального имиджа, где одним из механизмов, оказывающим существенное влияние на развитие имиджа является самообразование, позволяющее отслеживать уровень своего профессионализма (рис. 12).





Рис. 12. Траектория формирования имиджа специалиста по социальной работе.

Четвертый этап предполагает налаживание постоянной открытой связи с получателями услуг, создание информационного имиджевого конструкта специалиста, положительно воздействующего на широкий круг общественности. Также на данном этапе необходима работа с сетью социальных связей специалиста, куда обязательно входят потенциальные и реальные клиенты специалиста по социальной работе.

Предполагаемый результат реализации содержательного компонента модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе:

1. Развитые личностные и профессиональные навыки специалистов по социальной работе;
2. Полученная оценка имиджа от потенциальных и реальных получателей социальных услуг;
3. Совершенствования процесса социального обслуживания;
4. Изменения отношения персонала к цели своей профессиональной деятельности;
5. Повышение интереса общественности к деятельности специалиста по социальной работе, по средствам большего информированности населения.

Эффективностью реализации содержательного

компонента модели является разработка показателей, способствующих отслеживанию результативности сформированного профессионального имиджа специалистов по социальной работе:

- повышения квалификации с периодичностью не менее одного раза в 3 года, в соответствии стратегии развития профессиональной квалификации Российской Федерации на период до 2030 года;

- Участие специалистов в конкурсах профессионального мастерства;

- Увеличение количества обращений ПСУ в силу повышения информированности граждан о самой профессии «специалист по социальной работе»;

- Владение коммуникативной и аудиовизуальной культурами;

Ведение своей профессиональной деятельности в соответствии с кодексом профессиональной этики.

Мониторинговый компонент модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Данный компонент ориентирован на оценку как промежуточных результатов реализации программы, так и ее конечных итогов.

Средствами мониторинга будут:

1. Анализ обратной связи от специалистов по социальной работе. Может осуществляться в виде анкет обратной связи, специалисту будет предложено оценить полезность мероприятий. Данный способ получения информации от специалистов поможет скорректировать программу мероприятий на любом этапе и улучшить результативность реализации модели.

2. Экспертный совет, рефлексия собранных результатов. Для эффективной реализации модели предполагается проведение регулярного экспертного собрания, на котором будут рассматриваться промежуточные итоги реализации модели для ее последующей корректировки, а также необходимо оценивание проведенных мероприятий и соотнесение результатов с предполагаемыми результатами реализации модели.

Эффективностью реализации мониторингового компонента модели является создание условий для непрерывной работы специалиста по социальной работе над своим профессионализмом.

Конечным результатом реализации модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе является создание и включение в штат учреждения специалиста-имиджмейкера.

В функциональные обязанности специалиста имиджмейкера будут входить:

- Изучение стратегий развития имиджа специалиста по социальной работе на всех уровнях;
- Изучение текущего имиджа специалистов по социальной работе;
- Анализ развития профессиональной компетенции;
- Анализ кадрового состава специалистов в учреждении.

Таким образом, по модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе мы можем заключить следующее:

Модель формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе носит универсальный и в

то же время творческий индивидуализированный характер.

Модель формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе ориентирована на создание профессионального имиджа, которая предполагает работу по сознательному продвижению профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Реализация модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе включает в себя 4 этапа: проведение диагностики личностных показателей; выстраивание эффективных взаимоотношений с ПСУ; конструирование имиджа специалиста по социальной работе; разработка и реализация стратегии формирования имиджа, включающие в себя мероприятия по созданию и продвижению информационно-имиджевых стратегий по формированию имиджа специалиста.

Ожидаемые результаты реализации модели формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе: развитые личностные и профессиональные навыки специалистов по социальной работе; полученная оценка имиджа от потенциальных и реальных получателей социальных услуг; совершенствования процесса социального обслуживания; повышение интереса специалистов к непрерывному образованию; повышение интереса общественности к деятельности специалиста по социальной работе, по средствам большего информированности населения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог изучению темы: «Формирование профессионального имиджа специалиста по социальной работе» можно заключить, что данная тема является актуальным направлением социальной работы.

Это связано, в первую очередь, с тем, что профессиональному имиджу специалиста уделяется по-прежнему мало внимания: в учреждениях социального профиля нет структуры, занимающейся повышением и развитием профессионального имиджа, получатели социальных услуг не в полной мере понимают необходимость данной профессии. Именно в силу указанных проблем, мы пришли к выводу, что данная ситуация обусловлена малой теоретической разработанностью данной темы, недостаточной информированности населения о профессии «специалист по социальной работе».

Нами было проведено теоретическое исследование, направленное на изучение понятия и сущности профессионального имиджа специалиста по социальной работе, анализ основных технологий формирования имиджа и выявление проблем формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Под профессиональным имиджем специалиста по социальной работе мы будем понимать образ специалиста, сформированный сознательно, с целью популяризации профессии, показывающий уровень компетентности и профессионализма специалиста, а также оказание эмоционально-психологического влияния на окружение. Важно при формировании профессионального имиджа специалиста ориентироваться только на его личностные

характеристики, но и на профессиональные знания, полученные специалистов во время обучения и повышения квалификации.

Изучение основных технологий формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе, позволил резюмировать, что формирование профессионального имиджа специалиста необходимо осуществлять в рамках создания имиджа самого учреждения социального профиля. Эта деятельность включает: сформированность имиджа; оценку отдельных компонентов имиджа; идентификацию организации; создание средств коммуникации организации.

В целом, анализ теоретических основ способствовал рассмотрению проблем формирования имиджа специалиста по социальной работе. Нами было выделено, что в процессе своей деятельности специалист важно быть профессионалом своего дела. Профессионализм специалиста по социальной работе – это наличие у специалиста навыков и качеств, высокого уровня знания в разрешении жизненных проблем получателя социальных услуг, достижения высоких результатов в своей профессиональной деятельности.

В рамках данной проблемы нами было проведено эмпирическое исследование, направленное на изучение проблем формирования профессионального имиджа специалиста по социальной работе.

Основными методами эмпирического исследования мы выбрали: анализ документов, авторское анкетирование, экспертное интервью, социальное картирование и кейс-стади.

Результаты данных методов показали, что никаких специальных указаний к профессиональному имиджу специалиста по социальной работе нет. Формирование

профессионального имиджа полностью ложиться на плечи самого специалиста и заведующих отделений. Не было выявлено структуры в учреждении, которая бы контролировала наличие-отсутствие качества профессионального имиджа специалиста.

Проведенный анализ позволил выявить, что у инвалидов трудоспособного возраста, получателей социальных услуг в СПб ГБУСОН «ЦСРИиДИ Василеостровского района», отмечается положительное отношение к имиджу самих специалистов по социальной работе.

В ходе проведенного анализа мы выделили, что профессиональный имидж специалиста напрямую влияет на качество оказания социальных услуг. Профессиональный имидж специалиста формирует благоприятный образ самого сотрудника и учреждения. При рассмотрении учреждений, осуществляющих профессиональное повышение квалификации специалистов по социальной работе, мы пришли к выводу, что в Санкт-Петербурге недостаточно профильных организаций для осуществления данной деятельности, особенно в частном секторе.

По результатам проведенного исследования была разработана модель формирования профессионального имиджа специалистов по социальной работе, которая ориентирована на развитие имиджа специалиста по социальной работе. Данная модель разрабатывалась с учетом специфики деятельности специалиста по социальной работе.

Модель ориентирована на развитие имиджа специалиста, повышение интереса специалистов по социальной работе к собственному имиджу.

Ожидаемые результаты реализации модели формирования имиджа специалиста по социальной работе

закljučаются в развитии личностных и профессиональных навыков, сформированной оценке имиджа от потенциальных и реальных получателей социальных услуг; совершенствовании процесса социального обслуживания; изменениях отношения специалиста к цели своей профессиональной деятельности; повышении интереса общественности к деятельности специалиста по социальной работе, по средствам большего информированности населения.

Модель формирования профессионального имиджа специалистов по социальной работе может быть внедрена в любое учреждение социального профиля.

Таким образом, была достигнута цель и задачи работы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамов Р. Н. Профессиональный комплекс в социальной структуре общества (по Парсонсу) / Р.Н. Абрамов// Социс. 2015. № 1

2. Аверков А.Л. Специфика социальной рекламы, разработка и проведение социальной кампании рекламными средствами / А.Л. Аверков - Москва : Лаборатория Книги, 2012. - 177 с.

3. Аверченко Л.К. Имиджелогия : учебное пособие для студентов всех форм обучения по направлению 080400.62 - Управление персоналом / Л. К. Аверченко; Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Российская акад. нар.хоз-ва и гос. службы при Президенте Российской Федерации", Сибирский ин-т упр. - Новосибирск : 2014. - 197 с

4. Агаева Ю. А. Критерии, показатели и уровни сформированности корпоративно-профессиональной культуры будущего социального педагога / / Вестник Московского государственного педагогического университета. Педагогика. 2013. № 1. С. 5-8.

5. Алипханова, Ф.Н. Статус и престиж социального работника в современном обществе и возможности их повышения /Ф.Н. Алипханова, Н.У. Ярычев // Научные исследования и образование – М.: Московский институт гос. управления и права, 2017. – № 2 (26). – С.108-110.

6. Андреева Ю.В. «Взаимосвязь профессиональных и личностных качеств имиджа специалиста» — Андреева Ю.В.. Издано: (2012).

7. Арпентьева, М.Р. Социальная работа как профессиональная деятельность: профессиограмма

специалиста / М.Р. Арпентьева // Отечественный журнал социальной работы. - 2016. - № 2. - С.169-190.

8. Архипова Е.Б. Модель формирования имиджа социального учреждения / Е.Б. Архипова // Современные исследования социальных проблем. - Красноярск : - 2016 г. - 184 с.

9. Асильдерова, М.М. Нравственность как составляющая облика социального работника / М.М. Асильдерова // Сборник мат. Международной заочной науч.-практ. конф. / под ред. Ф.Н. Алипхановой. - Изд.: Дагестанский гос. пед. университет, 2017. - С.15-21.

10. Белокопытова Н.Г., Горбаткин Д.А. Управленческие аспекты формирования имиджа организации / Н.Г. Белокопытова, Е.В. Куликова. - Ульяновск : 2014. - 74 с.

11. Богомолова, Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н.Н. Богомолова - М.: 2010. - 219 с.

12. Бухнер Н.Ю. Гуманистические основы социальной работы : учебное пособие: [для студентов специальности "Социальная работа" всех форм обучения] / Н. Ю. Бухнер, А. Ю. Бендрикова; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова". - Барнаул : АлтГТУ, 2012. - 116 с.

13. Вишневский Ю. Р. Социально-профессиональный портрет социального работника // Качество социальной жизни в изменяющейся России / Ю.Р. Вишневский, А.П. Коробейникова, В.Т. Шапко. М., 2018. С.44-47.

14. Воротилкина, И. М. Имидж социального работника / И.М. Воротилкина, К.С. Некозырева // Молодёжные исследования и инициативы в науке, образовании, культуре,

политике: материалы XI Всерос. молодёжной науч.-практ. конф. Биробиджан. – Изд.: ИЦ ПГУ им. Шолом-Алейхема, 2016. – № 2. – С. 147-151.

15. Воротилкина, И.М. Имидж в профессиональной деятельности социального работника / И.М. Воротилкина, К.С. Некозырева // Учёные записки ЗабГУ, 2017. – № 3. – С. 13-22.

16. Гембаренко, В.И. Проблемы формирования организационной культуры в организациях социальной защиты населения / В.И. Гембаренко // Отечественный журнал социальной работы. – 2016. – № 1. – С. 53-58.

17. Гераськина, М.Г. Доверие клиентов к социальным работникам / М.Г. Гераськина, А.А. Захарова, А.Н. Сухов // Отечественный журнал социальной работы. – 2016. – № 3. – С. 86-91.

18. Горчакова, В. Г. Имиджелогия. Теория и практика : учеб. пособие / В. Г. Горчакова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 336 с.

19. Дрожжин Р.И. Имидж некоммерческой организации [Электронный ресурс] / Дрожжин В.И. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 154 с.

20. Ерфилова, И.С. Проблемы формирования позитивного имиджа профессии социальная работа / И.С. Ерфилова, А.А. Сивцова // Journal of Siberian Medical Sciences. – 2015. – № 4. – С.1-5.

21. Загорская Н. С. Имидж социального работника и проблемы его формирования // Социальная работа: белорус. журн. 2008. № 4

22. Зайнышев И.Г. Технология социальной работы: Учеб. пособие для студ, высш. учеб. заведений / Под ред. И.Г. Зайнышева. – Москва: ВЛАДОС, 2012. - 236 с.

23. Кадермятова, Р. А. Имиджелогия : учеб.-практ. пособие / Р.А. Кадермятова – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 90 с.

24. Кайсарова Ж.Е. Теория социальной работы : учебное пособие / Ж. Е. Кайсарова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Казанский национальный исследовательский технологический университет". - Казань : КНИТУ, 2016. - 131 с.

25. Калюжный, А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. – М.: ВЛАДОС, 2004. – 224 с.

26. Камболов С. А. Структурно-функциональная модель имиджа социального работника // Человеческий капитал. 2014. Вып. 11. С. 64–67.

27. Качайнова Н. Б. Компетентностный подход в аттестации специалистов социальных служб / Н.Б. Качайнова, А.А. Шунайлова // Урал-Социум: Сб. научных трудов. Екатеринбург: Уральский ин-т соц. образования, 2016.

28. Климов Е.А. Образ мира в разнотипных профессиях. М.: Изд-во МГУ, 1995. – 224с. – с. 9.

29. Когаловская, А.С. К вопросу о традициях и инновациях в подходах к взаимодействию специалистов помогающих профессий с клиентами /А.С. Когаловская // Отечественный журнал социальной работы. – 2017. – № 2 (69). – С. 162-165.

30. Кодекс этики социального работника и социального педагога – членов общероссийской общественной организации «Союз социальных педагогов и социальных работников». – Москва, 2007. – 21 с.

31. Колмыкова О.Н. Социальное обслуживание граждан в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития /

О. Н. Колмыкова, А. Б. Хмельков, В. А. Шаповалова // Политическое управление.- 2014.- №2 (08). -С.

32. Краснова О. В. Психология и социальная работа / Краснова О.В. - Москва: Изд-во Государственного учреждения "Институт переподготовки и повышения квалификации руководящих кадров и специалистов системы социальной защиты населения города Москвы", 2013.

33. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: уч. для ВУЗов / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. - 2-е изд., испр. и доп. - СПб: Питер, 2018. - 288 с.

34. Кулабухов Д.А. Профессиональная культура социального работника : учебное пособие / Д. А. Кулабухов, Е. И. Мозговая, - Белгород : БелГУ, 2011. - 79

35. Линн Л. Личный бренд. Позаботьтесь о вашей репутации прежде, чем это сделают другие; Азбука - М., 2017. - 963 с

36. Луков В.А. Социальное проектирование: учеб. Пособие/В.А. Луков. - 9-е изд. - Москва: МГУ: Флинта, 2013. - 240 с.

37. Максимов, Д.С. Профессиональные стандарты как тренды подготовки социальных работников / Д.С. Максимов // Отечественный журнал социальной работы. - 2015. - № 3. - С. 101-107.

38. Менщикова, И.Ю. Ценностные основы профессиональной деятельности специалиста по социальной работе и содержание воспитания бакалавра / И.Ю. Менщикова // Отечественный журнал социальной работы. - 2016. -№ 2. - С.107-119.

39. Нравственные проблемы современного российского общества [Электронный ресурс] : психологический анализ/

Российская академия наук, Институт психологии; отв. ред.: А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. - Москва : Институт психологии РАН, 2012. - 412 с.

40. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации: федерал. закон от 28.12.2013 г. № 442-ФЗ (в ред. Федеральных законов от 21.07.2014 № 256-ФЗ, от 14.11.2017 № 324-ФЗ, от 05.12.2017 № 392-ФЗ, от 05.02.2018 № 15-ФЗ, от 07.03.2018 № 56-ФЗ) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». -

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156558

41. Панасюк, А.Ю. Имидж: определение центрального понятия в имиджологии / А.Ю. Панасюк. - <http://imageology.ru/content/view/19>.

42. Певная М.В. Профессиональный имидж и престиж социальной работы / М. В. Певная, Ю. Р. Вишневский, Я. В. Дидковская, Н. Б. Качайнова; под ред. Ю. Р. Вишневского. Екатеринбург: УрФУ, 2011. 184 с.

43. Платонова Н.М. Инновации в социальной работе : учебное пособие : для для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Социальная работа" / Н.М. Платонова, М.Ю. Платонов; [СПбГИПСР]. - 2-е изд., стер. - Москва : Академия, 2013. - 247 с.

44. Приказ Минтруда России от 22.10.2013 № 571н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по социальной работе" (Зарегистрировано в Минюсте России 06.12.2013 № 30549) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». - <http://fgosvo.ru/uploadfiles/profstandart/03.001.pdf>.

45. Прохорова, О.Г. Современный руководитель организации социального обслуживания, каков он? / О.Г.

Прохорова // Отечественный журнал социальной работы. - 2016. - № 1. - С. 129-136.

46. Самыгин С.И. Технология социальной работы для бакалавров : учебник : для студентов образовательных учреждений высшего образования, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 39.03.02 "Социальная работа" / С.И. Самыгин, О.М. Шевченко, Т.С. Киенко. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2017. - 350

47. Стрельникова, Н. Н Актуальные проблемы оценки профессиональной квалификации сотрудников организации социального обслуживания в современных условиях / Н.Н. Стрельникова // Отечественный журнал социальной работы. - 2016. - № 1. - С. 151-157.

48. Топчий Л.В. Теория социальной работы в основных понятиях и схемах: учеб. пособие / Л.В. Топчий. - Москва: Изд. РГСУ, 2015. - 154 с.

49. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков. - М.: Альта-Принт, 2015. - 1216 с.

50. Фирсов М.В. Технология социальной работы : учебник для бакалавров : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Социальная работа" : [базовый курс] / М.В. Фирсов, Е.Г. Студенова. - Москва : Юрайт, 2012. - 557 с

51. Холостова Е.И. Малофеев И.В. Система социального обслуживания населения: исторический экскурс и современный взгляд: Монография. - Москва: Изд.-ТК «Дашков и К», 2016. - 368 с.

52. Холостова Е.И. Социальная работа. - М., 2005, стр. 220

53. Холостова, Е.И. Личностные качества социального

работника / Е.И. Холостова // Отечественный журнал социальной работы. - 2016. - № 3. - С. 168-176.

54. Холостова, Е.И. Личность социального работника / Е.И. Холостова // Отечественный журнал социальной работы. - 2016. - № 3. - С. 149-153.

55. Холостова, Е.И. Профессиограмма социального работника / Е.И. Холостова // Отечественный журнал социальной работы. - 2016. - № 3. - С. 185-199.

56. Холостова, Е.И. Профессионализм в социальной работе / Е.И. Холостова // Отечественный журнал социальной работы. - 2016. - № 3. - С. 153-168.

57. Чапаева М.В. Проектирование имиджа : учебное пособие / М.В. Чапаева; М-во образования и науки Рос. Федерации, ФГАОУ ВПО "Рос. гос. проф.-пед. ун-т". - Екатеринбург : РГППУ, 2013. - 138 с.

58. Шестопалова Т.А. Позитивный имидж социальной работы в обществе: анализ факторов его обуславливающих / Т.А. Шестопалова // Журнал «Вестник Социально-Педагогического института» - 2016. - Вестник СПИ

59. Шило, А.С. Профессия социального работника в России: противоречия современного этапа развития / А.С. Шило // СИСП. - 2017. - № 6 (50). - С. 111-123.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

АНКЕТА: «УРОВЕНЬ ИНФОРМИРОВАННОСТИ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ О ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ИМИДЖЕ СПЕЦИАЛИСТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ»

Заранее благодарю за участие и помощь в проведении
исследования!

1. Как Вы думаете популярна ли профессия «специалист по социальной работе» в молодежной среде?

- 1) Да, популярна
 - 2) Нет, не популярна (укажите причины отсутствия популярности)
-
-

3) Затрудняюсь ответить.

2. Довольны ли Вы имиджем специалиста по социальной работе?

- 1) Да;
- 2) Нет;
- 3) Затрудняюсь ответить.

3. Считаете ли Вы профессию специалиста по социальной работе необходимой для современного общества?

- 1) Да;
- 2) Нет;
- 3) Затрудняюсь ответить.

4. Как Вы считаете, нужен ли профессиональный имидж в социальной сфере?

- 1) Да;
- 2) Нет;

3) Затрудняюсь ответить.

5. Оцените имидж специалиста по социальной работе по 10-ти бальной шкале

6. Как давно Вы получаете социальные услуги данного Центра?

- 1) Менее полугода;
- 2) От 6 месяцев до 1 года;
- 3) От 1 до 3 лет.

7. Если у Вас возникнут проблемы в жизни, к кому Вы будете обращаться за помощью?

- 1) Родственники;
- 2) Друзья и знакомые;
- 3) Учреждения социального профиля;
- 4) Место работы;
- 5) СМИ;
- 6) Иное _____

—

8. Какими личностными качествами обладают люди, которые работают специалистами по социальной работе?

9. В какой мере Вы удовлетворены работой специалистов по социальной работе в данном Центре?

- 1) Полностью удовлетворен;
- 2) Частично удовлетворен;
- 3) Не удовлетворен;
- 4) Затрудняюсь ответить.

10. Если Вы взаимодействовали со специалистами по социальной работе в Центра ранее, то как, по Вашему

мнению, изменилась Ваше взаимодействие за последнее время?

- 1) Улучшилась;
- 2) Скорее улучшилась;
- 3) Осталась на прежнем уровне;
- 4) Скорее ухудшилась;
- 5) Ухудшилась;
- 6) Затрудняюсь ответить.

11. Что, по Вашему мнению, следует сделать, чтобы улучшить качество Вашего взаимодействия со специалистом по социальной работе в рамках социального обслуживания в данном учреждении?

Спасибо за участие в опросе!

**ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИНТЕРВЬЮ С
ЗАВЕДУЮЩЕЙ СОЦИАЛЬНО-РЕАБИЛИТАЦИОННЫМ
ОТДЕЛЕНИЕМ: «ОПРЕДЕЛЕНИЕ СУЩЕСТВУЮЩЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА СПЕЦИАЛИСТА ПО
СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ»**

1. Какую должность вы занимаете в данном Центре
2. Как долго Вы работаете в данной должности?
3. Согласны ли Вы с данным утверждением:
«специалист по социальной работе по уровню своей квалификации – это профессионал, который обладает определенными компетенциями и способен оказывать помощь на высоком профессиональном уровне.»
4. Нужен ли профессиональный имидж в социальной сфере?
5. Необходимо ли Вам для более успешного выполнения Ваших обязанностей дополнительное образование?
6. Нравится ли вам ваша работа?
7. Считаете ли Вы профессию специалиста по социальной работе престижной?
8. Какие, по Вашему мнению, профессиональные качества Вы можете назвать важными для профессионального имиджа специалиста по социальной работе?
9. Как Вы оцениваете влияние имиджа на Вашу профессиональную деятельность?
10. Как оценивают получатели социальных услуг, деятельность специалистов Вашего Центра. Оцените по шкале от 0 до 5.

