

Специалист по социальной работе так же может оказать своей клиентке квалифицированную, психологическую помощь в преодолении эмоциональной зависимости от алкоголя, а так же организация тренингов для преодоления отчужденности от общества и успешной самореализации в дальнейшем.

Так же целесообразно проводить антиалкогольные пропагандистские мероприятия избирательно, доводя до различных категорий населения, в том числе женщин, характерные особенности действия алкоголя на женский организм. Знакомить их с опасными последствиями, которым подвергают свои семьи женщины, потребляющие алкоголь. Необходимо, чтобы каждая девушка еще до замужества была осведомлена о возможности рождения ребенка с врожденными дефектами, обозначаемыми аббревиатурой АСП (алкогольный синдром плода). В целях раннего выявления случаев женского алкоголизма целесообразно расширить круг источников информации, по которым поступают сведения о состоянии этого социального явления.

#### **Библиографический список**

1. *Дональд У.* Здоровый образ жизни. / У.Дональд – М. 2002.
2. *Гузиков Б.М., Мейроян А.А.* Алкоголизм у женщин / Б.М. Гузиков, А.А. Мейроян – Л.: Медицина, 1988.
3. *Шайдукова Л. К.* Проблемы женского алкоголизма / Л.К. Шайдукова. – М.: Прогрессивные Биомедицинские Технологии, 2002

**А. Ошмарина**

*РГППУ, Екатеринбург*

#### **ИМИДЖ СПЕЦИАЛИСТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ**

Исследование проблемы имиджа социального работника приобретает в последнее время все большую практическую и теоретическую значимость в свете тех преобразований, которые происходят во всех отраслях жизни нашего общества. Понятие имиджа является важным для многих сфер практики: социальных институтов, рекламы, маркетинга, массовых коммуникационных процессов, менеджмента и др.

Имидж специалиста по социальной работе 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. Также статус самой профессии не достаточно определен в общественном сознании общества, на обыденном уровне и профессиональном уровне. Многие специалисты из смежных профессий таких, как юристы, медики, психологи и др. часто не могут верно, оценить глубину и тонкость социальной работы.

Поэтому в современных условиях особое значение для эффективной деятельности специалиста по социальной работе и престижа самой профессии социальной работы имеет грамотно сформированный имидж.

Позитивный имидж как особый личностный инструментарий облегчает установление контактов с другими людьми, делая процесс взаимодействия с ними более эффективным. Обладая мощным психотерапевтическим эффектом, имидж наделяет своих обладателей профессиональной уверенностью и коммуникабельностью, позволяя наилучшим образом проявиться деловым качествам человека.

В современных условиях особое значение для эффективной деятельности специалиста по социальной работе и престижа самой профессии социальной работы имеет грамотно сформированный имидж. Имидж – образ, представление, методом ассоциаций наделяющий объект дополнительными ценностями, не имеющими основания в реальных свойствах самого объекта, но обладающими социальной значимостью для воспринимающего этот объект [4, с. 190 – 192]. Имидж человека – его образ, возникающий в результате восприятия проявления внешних и внутренних характеристик человека [1, с. 56]. Имидж специалиста – это специально конструируемый образ для потенциальных клиентов, который должен соответствовать их ожиданиям и потребностям [2, с.27]. Имидж играет роль и имеет место при опосредованном общении больших групп людей, когда основным источником информации о фирме, товаре или политическом деятеле являются средства массовой коммуникации. Имидж как результат перцепции социального работника гораздо в меньшей степени основан на чувственном восприятии или непосредственном контакте субъекта с объектом, нежели другие установочные знания. Сформированность профессионального имиджа напрямую зависит от того, как удастся создать облик специалиста – профессионала, соответствующий ожиданиям других людей.

Сфера социальной работы сегодня является предметом исследования социологов различных стран. Исследователи рассматривают разные аспекты имиджа специалистов по социальной работе, используя целый ряд отличных методик. Изучив результаты зарубежных исследований можно сказать, что в целом имидж социального работника, как специалиста имеет негативный окрас и искажает представление обо всей профессиональной деятельности специалистов во все мире, даже в странах, где Социальная работа достаточно развита таких, как Германия и Великобритания. Негативный образ складывается из – за самих специалистов по социальной работе так, как будучи не квалифицированными работниками и не имея коммуникативных навыков, они не способны правильно себя поставить и представить свою деятельность в

СМИ. А СМИ в свою очередь формируют мнение клиента и общества о профессии и специалисте, его имидж [3, с. 64 – 81].

Репутация социального работника складывается в процессе взаимодействия его с окружающей средой. Чем больше людей общается с ним и убеждается в его глубоких знаниях, высокой компетентности, богатом жизненном опыте, в его благожелательности, внимательности к людям, честности и открытости, коммуникабельности и обязательности, тем выше его репутация. Репутация зависит, прежде всего, от него самого, от его личностных качеств и отношения к делу. И так положительный имидж формируется благодаря хорошей профессиональной подготовке, знания в различных областях психологии, педагогики, физиологии, экономики и организации производства, законодательства, информатики и математической статистики; наличию высокой общей культуры; высокой информированности в современных политических, социальных и экономических процессах общества; уверенности в успешности своих решений и действий; умению находить общий язык с людьми; эмоциональной устойчивости.

#### **Библиографический список**

1. *Бер Е.* Вербальный имидж / Е. Бер // Пространство РВ ТИСС. 2003. №8.
2. *Калюжный А.А.* Профессиональный имидж как инструмент психолого – педагогического влияния / А.А. Калюжный – 2007.
3. *Певная М.В., Вишневская Ю.Р., Дидиковская Я.В., Качайнова Н.Б.* / под ред. д – ра филос. Наук, Вишневского Ю.Р. Екатеринбург: УрФУ, 2011. 184 с.
4. *Шепель В.М.* Имиджелогия: секреты личного обаяния / В.М. Шепель – М.: Владос, 2006.

**Л.Э. Панкратова**  
*Екатеринбург, РГППУ*

### **СОЦИАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Проблема формирования и развития гражданского общества в современной России, несмотря на значительные усилия, предпринимаемые в этом направлении, и несомненные успехи в этом процессе, требует дальнейших усилий и скоординированных действий различных структур. Значительную роль в этом деле должен сыграть такой социальный институт как образование,