

Streszczenie

Wizerunek publiczny pracowników socjalnych - rola mediów w kształtowaniu obrazu profesji

Pracownicy socjalni to jedna z kluczowych grup zawodowych systemu pomocy społecznej. Ustawowo za pracę socjalną uważa się działalność zawodową, która ma na celu pomoc osobom i rodzinom we wzmacnianiu lub odzyskiwaniu zdolności do funkcjonowania w społeczeństwie poprzez pełnienie odpowiednich ról społecznych oraz tworzenie warunków sprzyjających temu celowi.

Zawód pracownika socjalnego jest jednym z zawodów regulowanych, czyli możliwość jego wykonywania w pełni uzależniona jest od spełniania formalnych kryteriów, w tym przede wszystkim posiadania odpowiedniego wykształcenia, dającego gwarancję dysponowania należytą wiedzą i umiejętnościami. Regulacjom ustawowym podlega również ścieżka rozwoju zawodowego pracownika socjalnego, system awansu zawodowego oraz konieczność podlegania okresowym ocenom pracowniczym, a także gwarancja dostępu do superwizji. Wszystko to ma na celu zapewnienie odpowiedniego standardu usług świadczonych przez przedstawicieli tego zawodu.

Niestety, wysokie wymagania kwalifikacyjne nie idą w parze z wysokim prestiżem zawodu, który na tle innych zawodów, jak chociażby zawodu nauczyciela, informatyka czy lekarza jest relatywnie niski. W świetle przytoczonych w niniejszej pracy badań, duża część pracowników socjalnych za ten stan rzeczy obwinia m.in. media, które w ich opinii ukazują negatywny obraz pracowników systemu pomocy społecznej.

To stereotypowe przekonanie, podzielane przez pracowników służb społecznych, stało się impulsem do przeprowadzenia badań, których wyniki są przedstawione w niniejszej pracy, a których celem było znalezienie odpowiedzi na pytanie „W jaki sposób prezentowani są w mediach pracownicy socjalni?”.

Niniejsza praca składa się z czterech rozdziałów oraz zakończenia.

Rozdział pierwszy zawiera: opis ewolucji systemu pomocy społecznej (od organizacji dobroczynnych działających przed 1923 rokiem, poprzez system opieki społecznej, po obowiązujący obecnie system pomocy społecznej), postrzeganie systemu pomocy społecznej przez opinię publiczną w świetle wyników sondaży przeprowadzonych przez CBOS, opis działań public relations wykorzystywanych w instytucjach publicznych oraz opis promocji pomocy społecznej w ramach projektów realizowanych ze środków Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem serialu „Głęboka woda”.

Na **rozdział drugi** składa się przedstawienie: historii rozwoju zawodu pracownika socjalnego w Polsce (od społeczników po profesjonalistów), procesu profesjonalizacji zawodu (w tym słabych i mocnych stron formowania się profesji pracownika socjalnego w Polsce), systemu zasad i wartości, którymi powinni kierować się w obowiązkach służbowych przedstawiciele zawodu (ze szczególnym uwzględnieniem prawa klienta do samostanowienia), obszarów działania pracowników socjalnych oraz trudności i niebezpieczeństw, z którymi wiąże się praktykowanie pracy socjalnej (w tym z uwzględnieniem narażenia na wypalenie zawodowe).

Metodologia badań została zaprezentowana w **rozdziale trzecim** – wskazane zostały metody, techniki i narzędzia, wykorzystane w procesie badawczym, w tym analiza treści i badania surveyowe. W rozdziale tym przedstawiono również organizację badań, określono cel badań i sformułowano pytania badawcze.

Wyniki badań własnych oraz płynące z nich wnioski dotyczące wizerunku pracownika socjalnego zostały przedstawione w **rozdziale czwartym**.

Niniejsza praca została zamknięta **zakończeniem**, które zawiera podsumowanie wyników badań oraz powstałe na ich bazie rekomendacje, w tym dla instytucji pomocy społecznej.

Słowa kluczowe: pracownik socjalny, praca socjalna, pomoc społeczna, media, public relations, komunikacja zewnętrzna, wizerunek, prasa, program interwencyjny, media relations, society relations