

РОЛЬ СПЕЦИАЛИСТА ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ В ФОРМИРОВАНИИ МОТИВАЦИИ КЛИЕНТА

Е.Н. Илюкевич (ГИУСТ БГУ)

Научный руководитель:

кандидат пед. наук Г.А. Бутрим

Социальному работнику в процессе своей трудовой деятельности доводится работать с людьми, попавшими в трудные жизненные ситуации. Он сопровождает клиента на всех этапах выхода из такого рода ситуаций. Несомненным остается тот факт, что максимально эффективной деятельность специалиста будет лишь в случае совместной и слаженной рабо-

ты с клиентом. Личная заинтересованность клиента в скорейшем выходе из сложившейся жизненной ситуации максимально приближает нас к достижению поставленной цели. Но, к сожалению, далеко не всегда есть возможность наблюдать такой синергетический эффект, а скорее даже и наоборот. Таким образом, специалисту всегда приходится двигать своего клиента, мотивировать его на совершение определенных действий.

Как известно, в основе мотивации лежит потребность, которую человек стремится реализовать. И эта потребность является пусковым механизмом для дальнейшей деятельности человека. Зачастую клиенты, находясь в какой-либо жизненной ситуации, имеют определенную потребность, но эта потребность не развивает необходимых жизненных сил и не концентрирует усилия для реализации потенциальных возможностей человека из-за наличия стресса, упадка сил, хронической усталости.

Рассмотрим, к примеру, ситуацию выхода человека на пенсию. В период выхода на пенсию прекращается трудовая деятельность человека, он оставляет привычное дело, которым занимался много лет, где он реализовывал свой потенциал, куда вкладывал силы. Кстати, в Республике Беларусь на конец 2007 г. насчитывалось 2089,5 тыс. людей старше трудоспособного возраста, что составляет 21,5 % от общего числа населения Республики Беларусь. Из них работающих лиц от общего числа работников: женщин – 9,4 %, мужчин – 14,1 % [1]. В большинстве случаев к моменту выхода на пенсию человек находится на высоких ступеньках карьерной лестницы, имеет определенный статус, но из-за возраста он вынужден оставить все. В результате происходит пересмотр ценностных ориентиров, образа жизни и общения, возникают различные затруднения в социально-бытовой и психологической адаптации. Иногда это приводит нашего клиента к эмоциональному дискомфорту. Мы позволим себе назвать это состояние «эмоциональным вакуумом». Ведь сфера общения претерпела некоторые изменения. Однако человек нуждается в том самом общении, он ощущает некий недостаток. Здесь и определяется роль специалиста в том, чтобы помочь клиенту найти силы и действовать.

Несомненно, что в этом случае социальный работник предложит клиенту посещать различного рода мероприятия, проводимые как в Территориальных центрах социального обслуживания населения (ТЦСОН), так и за их пределами, но и роль клиента в формировании мотивации для некоторых действий очень важна. Центрами Беларуси организовываются различные кружки, секции, проводятся тематические встречи, мероприятия, беседы, экскурсии для лиц пенсионного возраста. Все эти формы проведения времени благоприятно влияют на психологический комфорт клиентов и помогают им находить силы справляться с ежедневной рутиной.

Мы сослались лишь на отдельный пример, а ведь специалисту в области социальной работы приходится работать с различными клиентами. Спектр проблем настолько обширен, что без сотрудничества со стороны клиента добиться определенного результата чрезвычайно сложно. Однако нам бы не хотелось заострять внимание на роли клиента в процессе достижения намеченной цели. Целью своего рассуждения мы видим акцентуацию внимания на роли специалиста по социальной работе – психолога – в повышении мотивации клиента. Мотивация представляется здесь как комплекс мер, направленных на стабилизацию жизненной позиции личности, показ возможностей благоприятного разрешения сложной жизненной ситуации и потенциала для достижения цели.

Повышение мотивации клиента проходит непосредственно в процессе общения. Беседа – метод, используемый специалистом. Но важно отметить, что во время первой встречи с клиентом попытка повышения мотивации будет выглядеть не столь продуктивной. Здесь важно ознакомиться с личностью клиента, знать его сильные стороны, чтобы в дальнейшем акцентировать его внимание на этом, повышать самооценку и уверенность в своих силах. Специалист может проводить со своим клиентом тренинги, направленные на повышение уверенности в себе, утверждение жизненной позиции, снижение ситуативной тревожности. На протяжении всего периода оказания помощи клиенту специалист проводит консультирование по различным вопросам. Необходимо отметить, что социальный работник может прибегать к помощи смежных специалистов, таких, как психотерапевт, гериатр, социальный педагог и др. Они дают специалисту по социальной работе рекомендации в отношении клиента.

Таким образом, становится понятным, что роль социального работника достаточно велика в формировании мотивации клиента, поэтому и его профессиональная подготовка должна быть на соответствующем уровне. Будущему специалисту по социальной работе в период профессиональной подготовки необходимо освоить перечисленные выше методы и технологии, которые могут быть применены в конкретной ситуации. Важно также отметить, что способы решения проблемы будут настолько разными, насколько разные люди обращаются за помощью. И этот дифференцированный подход помогает специалисту и клиенту достигать намеченной цели.

Литература

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2008 / М-во статистики и анализа Респ. Беларусь; редкол.: В.И. Зиновский [и др.]. Минск, 2008. 598 с.