

СОЦИАЛНИЯТ ПРЕСТИЖ НА АКУШЕРСКАТА ПРОФЕСИЯ КАТО ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО ПРЕД МЕДИЦИНСКОТО ОБРАЗОВАНИЕ

Диана Димитрова

Филиал Велико Търново, Медицински университет – Варна

THE SOCIAL PRESTIGE OF THE MIDWIFE PROFESSION AS A CHALLENGE TO MEDICAL EDUCATION

Diana Dimitrova

Affiliate Veliko Tarnovo, Medical University of Varna

РЕЗЮМЕ

Социалният престиж на дадена професия се определя от времето, необходимо за усвояването ѝ, от стабилността и мобилността на професионалния статус, от високата степен на самостоятелност на труда, както и от обществените нагласи към нея. През последните години интересът към изучаване и практикуване на акушерската професия драстично се снижи. Това поставя редица въпроси както пред обучаващите институции, така и пред професионалните организации.

Целта на настоящото проучване е да се идентифицират факторите, които най-силно повлияват интереса към акушерската професия в контекста на нейния социален имидж.

Материал и методи: проучено е мнението на 22 студенти, приети в специалност „Акушерка“ по второ и следващо желание в Медицински университет – Варна през 2016 и 2017 г. Изследвани са и обществените нагласи в медийното пространство през периода април 2017 – май 2018 г.

Използван е документален метод, проучване на интернет ресурси и контекстуален анализ на проведени интервюта.

Резултатите сочат, че ниският социален престиж е пряко свързан с липсата на интерес към изучаването и практикуването на акушерската професия.

Ключови думи: акушерка, социален престиж, медицинско образование, масмедии

ABSTRACT

Introduction: The social prestige of a particular profession is defined by the time that is needed for its mastering, by the stability and mobility of the professional status, by the high degree of work independence and by the social expectations toward it. During the last years, interest toward the studying and practicing of the midwife profession has decreased considerably. This puts many questions before educational institutions and professional organizations.

Aim: The purpose of the recent research is to identify the factors which have the most influence over the interest toward the midwife profession in context of its social reputation.

Materials and Methods: The opinion of 22 students was researched. They were enrolled in the Midwife program at the Medical University of Varna in 2016 and 2017 as a second or further choice. The social attitudes in the media were researched during the period from April 2017 to May 2018.

A documental method was used, as well as research of Internet resources and contextual analysis of conducted interviews.

The results revealed that the low social prestige is linked to the lack of interest toward studying and practicing of the midwife profession.

Keywords: midwife, social prestige, medical education, mass media

ВЪВЕДЕНИЕ

Терминът „престиж“ (фр. prestige – авторитет, уважение) се използва, за да се обозначи по-висок статус на отделна личност, група, организация, професия, събитие. Социалният престиж често се използва като синоним на термина „социален статус“. А той се определя (според социологията) с „честта и престижа, с който се свързва позицията на някого в обществото“ (2). Социалният статус може да се разглежда в два аспекта – придобит (по рождение), и статус на личните постижения (постигнат чрез лични усилия). Има различни теории за произхода на престижа: от компенсаторните механизми на личността, които според неофройдистите балансират вътрешното безпокойство и неувереността на човека в собствената му ценност, през теориите за властовите отношения в контекста на социалното неравенство до тези, които поставят в основата на престижа йерархията на обществените и личностови ценности.

Когато става дума за социален престиж на дадена професионална група, трябва да се вземат предвид редица обществени фактори и закономерности. В Средновековието е имало само три престижни професионално-образователни области: духовенство, медицина и право, понеже само тези три професии се придържат към конкретен етичен кодекс, а от членовете им се изисква да положат клетва. По този начин се гарантира висок стандарт на изпълнение на задълженията и отговорностите им. Някои социологически теории определят професиите като самоопределили се елити на властта, които са организирани по линия на гилдиите. От тази гледна точка, специализираните познания и етическият кодекс изпълняват функцията да съхраняват властта, която професията или гилдията притежава за разлика от обикновеното население (например, правото на лекарите да практикуват медицина и да предписват лекарства, правото на духовниците да сключват или разтрогват бракове и т.н.). От друга гледна точка, професиите се дефинират като дейности, при които дадено лице, което притежава специализирани знания или умения, предлага срещу заплащане на други лица или организации своите знания и умения. Така тези социални групи, които са носители на важна за обществото дейност, се считат за по-важни (по-престижни) от останалите. Професионалният престиж е „феномен на общественото съзнание, в което опосредствено се отразява съществуващата в обществото йерархия на професиите“ (1).

За да бъде една професия престижна, тя трябва да отговаря на следните условия:

- Да изисква по-дълго време за усвояване на професионалните знания и опит. У нас акушерската професия се изучава в рамките на 4 години, колкото е необходимо за усвояване на професии в педагогическите направления, филологии, социални, инженерни, стопански науки и др.
- Престижът зависи от стабилността и мобилността на професионалния статус. Акушерската професия е много древна, въпреки че професионалното образование у нас датира от 1896 г., когато отваря врати създаденото от д-р Димитър Стаматов акушерско училище в София (3). Възможностите за професионална реализация са почти стопроцентови, а изборът на работно място не е ограничен само в рамките на страната. Въпреки това у нас акушерките непрекъснато намаляват. По данни на НСИ към 31.12.2011 г. те са били 4669, а в края на 2017 са само 3207. Най-нисък е техният брой в Северен централен район (включващ Велико Търново, Габрово, Разград, Русе и Силистра) и наброява 306 работещи акушерки.
- Високо престижните професии се отличават с висока степен на самостоятелност на труда. До 90-те години на миналия век акушерката имаше относително самостоятелни функции. Влезлите в сила на промени от 1990 г. направиха професията силно зависима от лекаря. Днес с Наредба №1/08.02.2011 се определят професионалните дейности, които акушерките могат да извършват самостоятелно или по назначение от лекар. Това дава възможност за обособяване на самостоятелни акушерски звена, каквито вече има у нас.
- Престижът на професията се определя и от самочувствието на съсловието. За съжаление, у нас няма преки научни изследвания върху самочувствието на акушерките, но се предполага (предвид общественото мнение и ниския рейтинг на професията), че то не е високо. Професионалното самочувствие не трябва да се бърка с оценката за професията по принцип. Много акушерки заявят любов и пристрастие към акушерството, но това се дължи по-скоро на личните защитни механизми с цел намаляване на когнитивния дисонанс, отколкото на обективните условия.

- Престижът се влияе от харизмата и популярността на лидера. За съжаление акушерското съсловие у нас няма припознат лидер, с когото да се идентифицира и когото да следва. Акушерките членуват в Българската асоциация на професионалистите по здравни грижи, чийто председател е медицинска сестра. Неправителствената организация Алианс на българските акушерки, създадена през 2012 г., също не можа да излъчи харизматичен и популярен лидер.
- Влиянието на медиите. Неслучайно ги наричат „четвъртата власт“. Терминът „социални медии“ обозначава множеството начини, по които се използват съвременните технологии за социално взаимодействие (4). Във времето, когато новините се разпространяват за броени минути, а достъпът до тях е няколко клика на мишката, медиите са основно средство за създаване, манипулиране и промяна на общественото мнение.

ЦЕЛТА на настоящото проучване е да се идентифицират факторите, които най-силно повлияват интереса към акушерската професия в контекста на нейния социален имидж.

За целта си поставихме две основни **задачи**: 1) да се анализира нежеланието на студентите да кандидатстват в специалност „акушерка“ по първо желание; 2) да се проучи и анализира медийното представяне на акушерската професия в публичното пространство.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИ

Проучено е мнението на 22 студенти, приети в специалност „Акушерка“ по второ и следващо желание в Медицински университет – Варна през 2016 и 2017 г. Използвано е структурирано интервю с два открити въпроса. Отговорите са анализирани контекстуално, а резултатите са представени графично.

Присъствието на акушерската професия в медийното пространство е изследвано през април 2017 г. и май 2018 г. чрез анализ на 400 публикации в платформата Google.

АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ

Във връзка с проучване на нежеланието на студентите да кандидатстват в специалност „Акушерка“ по първо желание, бяха поставени следните два въпроса:

1. Защо не поставихте специалността „Акушерка“ на първо място в списъка си с желания?
2. Откъде получихте знания за същността на акушерската професия?

В проучването участваха само студенти, които по време на кандидатстудентските кампании през 2016 и 2017 г. са посочили специалността „Акушерка“ като второ, трето или по-следващо желание. Всички обаче са приети в специалност „Акушерка“ и понастоящем са действащи студенти в Медицински университет – Варна. Проучването е проведено през май 2018 г., като участието на респондентите е анонимно и доброволно.

Основна причина специалността „Акушерка“ да не се постави на челно място е отговорът „по-трудна е“, даден от 33% от респондентите. Напоследък тенденцията млади безработни хора да не търсят работа се задълбочава. Социолозите ги наричат поколение „Милениум“. Освен че не са активни, те предпочитат по-лесна, по-малко отговорна работа срещу нереалистично голяма заплата. Според зам.-министъра на труда и социалната политика Зорница Русинова около 30% от младите хора у нас са икономически неактивни. Това е поколението, което понастоящем се насочва и към медицинското образование. Доводът, че професията не им харесва, е споделен от 23% от участниците в проучването (Фиг. 1).



Фиг. 1. Защо не избрахте акушерството за своя професионална кариера

Осемнадесет процента са заявили, че са предпочели друга професията, която е по-добре платена, а 13% се обосновават, че не притежават качества, за да практикуват акушерската професия. Не малък дял (13%) са на мнение, че биха имали проблеми с реализацията и са се насочили (най-често) към професията на медицинската сестра, за която има много по-широко и разнообразно поле за професионална реализация.

По-голяма част от анкетираните (32%) не са търсили предварителна информация, свързана с акушерската професия. Това може да се обясни с факта, че тя не е тяхно първо желание. От друга страна, кандидатстването в направление, за което студентът има малко или никаква информация, може да се тълкува като самоцелно желание за висше образование, без сериозна мотивация. Интернет пространството закономерно е приоритетен източник на информация, посочен от 27%, следван от знания, получени от близкия кръг на респондентите (23%).

Налагането на интернет като основен информиращ източник не е необичайно. Младите хора имат лесен и постоянен достъп до мрежата, което я прави изключително влиятелна. Това неминуемо поставя въпроса за образа на акушерската професия, представен в медийното пространство. Кандидатстудентската кампания (КСК) е помогнала на 18% от бъдещите студенти да се насочат към професията. Сам по себе си този дял не е малък, но е последен в редицата на източниците на информация за същността на акушерската професия.

За да проучим социалния имидж на професията „Акушерка“ се насочихме към интернет пространството, посочено като основен източник за информация, свързана с нея. Предвид че търсачката на Google е сред най-използваните у нас, я избрахме, за да установим как понятието „акушерка“ се отразява в нея. При изписване на думата „акушерка“ на български език в Google през април 2017 г. се показват общо 954 000 резултати, а през май 2018 г. в категорията се включват общо 1 370 000 електронни поста. Проучените постове са произволно избрани от началната страница до 20-а страница включително (общо 200 поста за всяка година, които търсачката подрежда автоматично). Публикациите са разделени според информацията, която носят в три категории: носещи позитивни новини, свързани с акушерската професия, негативни новини и новини, които не могат да се причислят към нито една от двете категории. Направен е и сравнителен анализ между публикациите през 2017 и 2018 г. Данните са показани в Табл. 1.

Както се вижда от проучването, негативната информация, която интернет ресурсите показват, се оказва преобладаваща: 73% от случайната извадка през 2017г. и 64% от данните за 2018г. Повечето новини с негативен контекст са свързани със случая „Емилия Ковачева“, който продължава да бъде в центъра на медийния интерес веднага щом се появят нови данни, свързани със съдеб-

Табл. 1. Сравнителен анализ между публикациите през 2017 и 2018 г.

| Година | 2017 | 2017 | 2018 | 2018 |
|----------------------|------|------|------|------|
| | n | % | n | % |
| Позитивни новини | 43 | 21% | 61 | 30% |
| Негативен контекст | 145 | 73% | 128 | 64% |
| Индиферентни | 12 | 6% | 11 | 6% |
| Общ брой публикации: | 200 | | 200 | |

ния процес. Една от най-популярните електронни медии – в. „Труд“, при задаване на търсене по ключова дума „акушерка“ в нейната платформа <https://trud.bg> показва 85 резултата, като само 3 не са свързани с името на акушерката Емилия Ковачева (5). Негативните новини най-често анализират недостига на акушерки, ниското заплащане, емиграцията и липсата на млади кадри.

Позитивните новини са свързани предимно с Международния ден на акушерката – 5 май и Бабинден (21 януари). Въпреки това известни медии (Дарик Нюз, Варна утре, Радио Енджой, Радио Енерджи) публикуваха на своите интернет страници по повод 5 май, 2017 г. следното съобщение: „Днес, на 5 май, се отбелязва традиционно Международният ден на акушерката. Денят се нарича още Бабинден. Той се чества като празник на родилната помощ от 1991 г., тъй като акушерката е жена, квалифицирана в оказването на помощ на раждащите жени; Акушерка е сравнително ново понятие, от времето, когато раждането на децата постепенно се пренася от дома на родилката в родилния дом. Работата на представителите на тази професия е да асистират при раждането“. Освен че е изключително неточно, грешно и подвеждащо, това съобщение бе тиражирано без никаква редакция, показвайки пренебрежително и дори обидно отношение към съсловието. Друго прессъобщение, копирано от 80% от медиите, съдържащо грешно изписаната дума „обществрното“¹! Никой от редакторите не си беше направил труда да прочете и да поправи тази техническа грешка. Това отношение на медиите показва пренебрежение, създава усещане-

¹Пълният текст гласеше: „Идеята на празника е да насочи общественото внимание към значимостта на акушерската професия в световен мащаб. Това е ден, в който акушерки от различни държави и националности се обединяват за да празнуват и за да насочат вниманието на обществото към значимостта на работата на акушерките в световен мащаб“

то, че професията е маловажна, непрестижна и не заслужаваща внимание.

Като „индиферентни“ новини бяха класифицирани съобщения, свързани с провеждане на кандидатстудентски изпити, научни събития и обяви за работа. Те заемат скромния шестпроцентов дял и за двете проучени години.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ИЗВОДИ

Ограниченията на настоящото изследване са свързани с малкия брой респонденти – 22, както и с факта, че се представя моментна картина на обществения имидж на акушерската професия. Въпреки това изводите, които се налагат, биха могли да бъдат формулирани с известна условност по следния начин:

1. Най-силен негативен фактор, повлияващ избора на бъдещите акушерки, е липсата на позитивно присъствие на акушерската професия в медийното пространство;
2. Медиите у нас, търсейки „лошата новина, която продава“, negliжират привлекателните и хуманни страни на професията;
3. Липсва стратегия за промоция на акушерската професия в социалните мрежи;
4. Като най-позитивен информиращ фактор се откроява кандидатстудентска кампания, провеждана от висшите медицински училища и в частност кампанията на Медицински университет – Варна.

Това налага преосмисляне на подходите за привличане на младите хора към акушерската професия и непрекъсната работа за популяризиране на добрите практики в социалните мрежи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дуолинг Греъм. Създаване на корпоративна репутация: идентичност, имидж и представяне. Изд. Рой Комюникейшън. 2005
2. Алексиева Соня. Пъблик Рилейшънс. Изд. Нов български университет. 2008
3. Луканова Й. Ретроспекция и развитие на акушерското образование в България от началото на XIX и началото на XX век. Научни трудове на русенския университет, Том 53, серия 8.3. 2014
4. Hastie Carolyn Ruth. Midwives and Social Media
5. <https://trud.bg>

*Адрес за кореспонденция:
доц. Диана Димитрова
Филиал Велико Търново,
Медицински университет – Варна
ул. „Михаил Кефалов“ 2
Велико Търново 5000
e-mail: dimitrova@му-varna.bg*