

## ИМИДЖ ВРАЧА ПСИХИАТРА С ПОЗИЦИИ ПАЦИЕНТОВ ПСИХИАТРИЧЕСКОГО СТАЦИОНАРА

**У.С. Москвитина**  
**В.А. Руженков**

*Белгородский  
государственный  
университет*

*e-mail: ruzhenkov@bsu.edu.ru*

Социологическим методом (анкетирование) обследовано 200 пациентов психиатрического стационара на предмет их представлений о личном имидже врача-психиатра. Описываются конституциональная, интеллектуальная, характерологическая, социально-бытовая и профессионально-статусная составляющие имиджа.

Ключевые слова: имидж врача-психиатра, компоненты личного имиджа врача-психиатра, представление пациентов о враче-психиатре.

Имидж – (от английского *image* – буквально образ) целенаправленно сформированный образ (какого-либо лица, явления, предмета), выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказать психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы [16]. Существуют различные виды имиджа и дифференцированные подходы к нему, которые возникают в зависимости от поставленных целей и задач. По субъекту [11] выделяет три формы имиджа: личный (имидж конкретного человека), товарный (имидж товара, услуги), групповой (организационный, корпоративный, национальный) имидж. Рассматривая индивидуальный имидж, выделяют следующую его типологию [8]. *Внешний имидж* – прежде всего это габариты человека (размеры, рост, телосложение), а также одежда, аксессуары, прическа и т.п., в целом – степень ухоженности, здоровый внешний вид. *Вербальный имидж* – информация об интеллекте человека, которая формируется на основе того, как и что он говорит. Сюда входят такие показатели как темп, интонация, громкость, ритм, тембр голоса, а так же смысловое содержание речи. *Кинестетический имидж* – мнение о человеке, возникающее на основе характера типичных его движений – позы, осанки, взгляда, мимики, жестов, движения отдельных частей тела во время взаимодействия. *Средовой имидж* – характеризует среду обитания человека: его дом, офис, автомобиль, места проведения досуга. Средовой имидж дает зрительное представление о социальной успешности человека. *Личностный имидж* – это представление или мнение о человеке и о его личностных качествах (когда о человеке говорят: «он добрый, здоровый, порядочный, милый...» – т.е. о характере). *Профессиональный имидж* – это мнение о человеке, как о профессионале.

Рассмотрение стиля врача, в основном, происходило в рамках культуры делового общения или медицинской деонтологии [9]. Именно медицинская деонтология занимается формированием и воспитанием морально-этических, эстетических и профессиональных качеств медицинского персонала [4].

Анализ отечественной литературы, посвященной изучению имиджа, показал, что достаточно подробно изучены имиджевые аспекты профессии руководителя государственной службы [1], политика [10], педагога [5], преподавателя вуза [14], воспитателя дошкольного учреждения [2], менеджера [3], специалиста социально-культурной сферы [15], студента вуза [6], офицера МЧС [7].. Имеются исследования, посвященные управлению имиджем медицинского учреждения [17] и изучению личного имиджа врача [18]. В доступной нам литературе мы встретили единичные работы (украинских исследователей), затрагивающих проблему имиджа врача-психиатра с позиции пациентов [12]. Автором установлено, что большинство (92%) пользователей психиатрической помощи считает, что для врача-психиатра главное – соединение профессиональных и душевных человеческих качеств. Они были положительно настроены к персоналу психиатрических учреждений, имели с ними доверительное отношение, оптимистически смотрели на возможность своего выздоровления. Важными чертами врача-психиатра большинство считало такие качества как чистосердечность, выдержка, корректность.

Несмотря на то, что к концу 2010 года в России проведено более 120 диссертационных исследований по имиджевой тематике, научных работ, посвященных имиджу медицинского работника, в том числе и врача-психиатра, в доступной нам литературе мы не обнаружили. В связи с этим целью исследования было изучение личного имиджа врача-психиатра для разработки рекомендаций по его совершенствованию и развитию для максимального приближения психиатрической помощи к населению и повышению уровня доверия.

**Материал и методы исследования.** Основным методом исследования был социологический (анонимное анкетирование). В исследовании приняли участие 200 пациентов стационарного отделения Белгородской областной психоневрологической больницы (137 пациентов с непсихотическими формами различных психических заболеваний и 63 пациента с психотическими формами, находящиеся в стадии стойкой клинической ремиссии). Средний возраст исследуемых составил  $43,2 \pm 1,0$  года, а длительность психического расстройства  $8,0 \pm 1,0$  лет. Пациенты с непсихотическими расстройствами были представлены в основном аффективной патологией (F30 – F39) и органическими, включая симптоматические, психические расстройства (F00 – F09), а с психотическими – диагнозом шизофрении (F20 – F29).

Изучались социально-демографическая информация; осведомленность о понятии «имидж»; представления о личном имидже врача-психиатра и товарном имидже терапевтических услуг. Всего анализировалось 97 параметров.

Анализ литературных источников позволил нам классифицировать личный имидж врача-психиатра и в дальнейшем изучить его компоненты. С нашей точки зрения, личный имидж, включает следующие компоненты:

- **Конституциональный** (раса, национальность, пол, возраст, антропометрические характеристики);
- **Интеллектуальный** (речь, общая осведомленность);
- **Характерологический** (манеры, привычки, одежда, украшения, парфюмерия);
- **Социально-бытовой** (жилище, автомобиль, семейное положение, дети, круг общения, хобби);
- **Профессионально-статусный** (категория, дипломы, сертификаты, ученая степень, ученое звание, положение в иерархической лестнице). В профессиональном имидже существенную роль играет мнение о профессиональных качествах врача со стороны пациентов. Это мнение особо значимо для других пациентов, оказывает косвенное влияние на эффективность терапии.

**Результаты исследования и обсуждение.** Большинство – 57% респондентов являлись жителями города, 43% – жители деревни. Более половины респондентов – 57% имели среднее образование, 34,5% – высшее, 6,5% незаконченное высшее и 2% начальное.

Изучение осведомленности о понятии имидж показало, что почти все респонденты – 92%, знакомы с понятием «имидж». Для 53% из них – имидж это «целенаправленно сформированный образ», 18,5% считают, что имидж, это «показатель популярности», 12% – «выражение общественного мнения», 8,5% – «оценочная характеристика», а 5% полагают, что имидж это – «рейтинг», около 3% – воспринимают имидж, как «продукт политических и рекламных технологий». Большинство – 81% опрошенных пациентов, считают, что врача должен интересовать его имидж и лишь 19% исследуемых пациентов считают этот фактор малозначимым.

**Конституциональная составляющая личного имиджа.** Национальность врача-психиатра не имеет значения для 74,6% респондентов, а 25,4%, все же предпочитают врача своей национальности. Более предпочтителен для большинства пациентов (68,5%) врач-психиатр женского пола, для 24% респондентов – мужского, а для 7,5% пол врача не оказывает влияние на выбор его в качестве специалиста для обращения.

Большинство опрошенных – 48,5%, предпочитают специалистов в возрасте от 35 до 45 лет, а 36% от 50 лет и старше. К молодым врачам (25–30 лет) обратились бы лишь 15,5% респондентов.

Такая характеристика внешности врача-психиатра как его вес – для 64,3% респондентов не имеет значения для выбора его в качестве специалиста, а 34,2% пред-



почти бы психиатра с нормальным весом, 1 % – с «пониженным» и 0,5% – с «избыточным».

Для большинства респондентов (80,4%) рост врача не влияет на его выбор. А остальные хотят обращаться к специалистам либо среднего (16,6%), либо высокого роста (3,0%).

Большинство респондентов 75,4% полагают, что прическа врача не так уж важна. Хотя 14,1% отдадут предпочтение врачу-психиатру с длинными волосами, аккуратно убранными в прическу; 10,6% респондентов считают, что врач-психиатр должен носить коротко стриженные волосы.

Осанка врача-психиатра для 54,5% опрошенных не оказывает влияния на его выбор, а 44,5% предпочтут врача-психиатра с ровной осанкой и только 1% – сутулого.

Большинство (57%) пациентов предпочитают врача-психиатра с уверенной, свободной и легкой походкой, носящий очки (61,5%). Предпочтителен опрятный и аккуратный внешний вид (70%), а для 30% пациентов опрятной не играет роли для выбора врача.

Что касается сексуальной ориентации врача-психиатра, то 54,5% опрошенных предпочитают врачей с традиционной, а для 44,5% она не имеет значения; всего лишь 1% пациентов предпочли бы врача-психиатра с нетрадиционной ориентацией.

**Интеллектуальная составляющая личного имиджа.** Врача-психиатра, речь которого проста и понятна, предпочитают 90% респондентов. Для 5% респондентов речь врача вообще не играет роли, а 5% предпочли бы врача-психиатра, который в своем разговоре использует много медицинской терминологии. Следует отметить, что 55% опрошенных пациентов обратилась бы к психиатру голос, которого располагает к общению. Что касается интонации, то 39,5% акцентируют внимание на низком и спокойном голосе, а для 5,5% голос врача-психиатра не влияет на его выбор.

Для большинства опрошенных пациентов (85,5%) безразлично владеет ли врач иностранным языком, лишь для 14,5% этот показатель оказался важным.

**Характерологическая составляющая личного имиджа.** (В данном разделе мы описываем внешний вид и манеру одеваться, как косвенные характерологические показатели). Большинство респондентов – 65% обратились бы к врачу, который заботиться о своем внешнем виде, а для 35% этот показатель не влияет на выбор врача. Предпочтение врачу с классическим стилем одежды отдают 37% пациентов, для 57,5% это не имеет значения, а 4% и 1,5% высказались за спортивный и авангардный стили соответственно. Цвет одежды врача-психиатра безразличен для большинства респондентов – 63%, нейтральные тона предпочитают 25,5%, яркие – 7% и темную одежду 4,5% респондентов.

Предпочтителен прием врачом в белом халате (91%), а для 9% – в повседневной одежде. Для большинства – 71% не имеет значения, носит ли врач-психиатр украшения, хотя для 11% важно, чтобы врач имел семью (носил обручальное кольцо).

Большинство пациентов (61%) отдают предпочтение врачу-психиатру стиль общения, которого с ними носит эмоциональный характер, 35% – поддерживающий, 3% – рефлексивный и 1% – руководящий. Большинство респондентов – 90% обратились бы к врачу-психиатру, у которого открытая улыбка, а 10% предпочитают серьезно и внимательно слушающего.

Большинство – 79% пациентов предпочитают консультироваться у врача-психиатра с ухоженными руками, лишь 21% оставил свой выбор на враче-психиатре с «руками рабочего». Пользуется ли врач-психиатр женского пола декоративной косметикой не принципиально для 57,5%, остальные 42,5% отдают предпочтение умеренному ее использованию.

Более чем для 2/3 респондентов (68%) респондентов безразлично занимается ли врач-психиатр спортом. И имеются ли у него вредные привычки, а третья часть все же предпочли бы спортивного врача без вредных привычек.

При изучении **социально-бытовой составляющей личного имиджа** установлено, что для большинства (74%) пациентов зависимость между материальным достатком и имиджем профессии не вызывает сомнений, остальные 26% полагают об отсутствии такой связи.

Что касается вопроса, чем определяется имидж врача-психиатра, мнения респондентов разделились: 27% считают, что он зависит от компетентности; от качества работы

–25,5%; от личных качеств – 19,5% и коммуникативных способностей – 17%, а 11% – от специализации врача психиатра.

Для 57% респондентов «не важно» с кем дружит врач-психиатр, остальные мнения респондентов распределились следующим образом: 21,5% – врачи, 10,5% – люди среднего достатка, 5,5% – интеллигенция, 3% – бизнесмены, 1,5% – банкиры, 1% – рабочие.

Большая часть исследуемых пациентов (58%) при выборе психиатра не ориентируются на то, кто является его наиболее частыми клиентами, однако предпочтение отдается тем, за помощью к которым, обращаются люди среднего достатка (18%) или их коллеги врачи других специальностей (14,5%), банкиры и бизнесмены (7%), интеллигенция (3%) и 2,5% – рабочие.

Наличие хобби у врача-психиатра для большинства (77%) пациентов не влияет на его выбор, в то же время 10% предпочитают врача, который занимается спортом, 5,5% – коллекционированием, 4% – охотой или рыбалкой, 3,5% – путешествиями.

Более половины респондентов – 55,5% обратились бы к врачу психиатру, родители которого известные и уважаемые врачи, а для остальных – 45,5% не важно, что психиатр является представителем знаменитой врачебной династии.

### ***Профессионально-статусная составляющая личного имиджа.***

Большая часть респондентов из 85,5% обратились бы к врачу-психиатру, который имеет хорошие отзывы. А вот престижное образование и наличие у врача дополнительных дипломов, наград, грамот привлекло бы только 12,5%. Специалиста, который имеет научное звание, ученую степень предпочли бы 50% опрошенных пациентов, а 46,5% – врача, не занимающегося научной работой, более того – 3,5% пациентов категорически против научной работы врача-психиатра. Наряду с этим, большинство – 66% респондентов отдают предпочтение тому врачу-психиатру, который имеет несколько высших образований (психолог, юрист), остальные 34,0% безразличны к уровню образования врача-психиатра.

Способ, которым врач-психиатр фиксирует полученную от пациента информацию, безразлично для 50,3% опрошенных пациентов, за историю болезни или любой иной бумажный носитель, высказались 34,7% испытуемых, хотят, чтобы данные о них хранились в компьютере 14,6% и только 0,5% были бы согласны на видеосъемку.

Таким образом, в результате исследования установлено большинство пациентов психиатрического стационара предпочитают врачей среднего и зрелого возраста с уверенной, свободной и легкой походкой, носящего очки, опрятного, с аккуратным внешним видом, ухоженными руками. Важна понятная речь, открытая улыбка и располагающий стиль общения. Предпочтителен прием в белом халате. Важны для пациентов хорошие отзывы о враче-психиатре со стороны других пациентов, а также его социальное положение. Наряду с этим очевидно, что часть пациентов, описывая личный имидж врача-психиатра ориентировались на собственные проекции, проблемы и общественные стереотипы. Важно подчеркнуть, что врачу-психиатру своей работе целесообразно учитывать ожидания пациентов и адаптировать свой имидж в зависимости от контингента.

### **Литература**

1. Ананьева, С. Е. Формирование имиджа руководителя в государственной службе [Текст] : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.08 / С. Е. Ананьева. – М., 1996. – 171 с.
2. Апраксина, М. В. Имидж воспитателя дошкольного учреждения как педагогическая проблема [Текст] : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / М. В. Апраксина. – М., 2000. – 134 с.
3. Безниско, Л. А. Социально-психологическое содержание имиджа успешного менеджера [Текст] : автореферат дис. ... кандидата психологических наук : 19.00.05. / Л.А. Безниско. – Ярославль, 2007. - 26 с.
4. Белорусов, О. С. Деонтология в медицине : В 2 т. [Текст] : Под общ. ред. [и с предисл.] Б. В. Петровского; АМН СССР. Т. 1.Общая деонтология / О. С. Белорусов, И. В. Богорад, Н. П. Бочков и др. – М.: Медицина, 1988 – 347 с.
5. Варданян, М. Р. Имидж педагога как фактор здоровьесбережения субъектов образовательного процесса в основной школе [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / М. Р. Варданян ; Омск. гос. пед. ун-т. – Омск, 2007. – 24 с.



6. Жеребненко, О. А. Социально-психологические особенности развития имиджа студента вуза [Текст] : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / О. А. Жеребненко ; Курск. гос. ун-т. – Курск, 2008. – 21 с.

7. Киткин, К. И. Имидж офицера МЧС в общественном мнении [Текст] : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / К. И. Киткин ; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2008. – 22 с.

8. Коханенко, А. И. Имидж рекламных персонажей [Текст] / А. И. Коханенко. – М. ; Ростов н /Д : МарТ, 2004. – 143 с.

Кузин Ф. А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика. – М: Ось-89, 2002.- 512 с.:ил.

9. Отц, Е. В. Имидж политического лидера и социально-психологические особенности его влияния на отношения электората [Текст] : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Е. В. Отц ; Гос. ун-т упр. – М., 2005. – 23 с.

10. Панфилова, А. П. Имидж делового человека [Текст] : учеб. пособие / А. П. Панфилова ; СПб. ин-т внешнеэкон. связей, экон. и права, О-во «Знание» СПб. и Ленингр. обл. – СПб. : СПБИ-ВЭСЭП, 2007. – 489 с.

11. Подкорытов В. С., Кузьминов В. Н., Шепель А. Г. Больные с непсихотическими психическими расстройствами в современном обществе (данные социологического анкетирования) // Медицинские исследования. – 2001. – Т. 1, вып. 1. – С. 31.

12. Підкоритов В. С., Кузьмінов В. Н., Шепель О. Г. Сприйняття психічних порушень хворими на розлади особистості органічного походження // Архів психіатрії. – 2001. – № 4. – С. 88–91.

13. Попова, Л. Г. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в системе повышения квалификации [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Л. Г. Попова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2003. – 24 с.

14. Попова, О. И. Имидж преподавателя вуза: пробл. трансформации в соврем. России [Текст] : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / О. И. Попова ; Урал. акад. гос. службы. – Екатеринбург, 2007. – 22 с.

15. Современный словарь иностранных слов [Текст] : ок. 20 000 слов / Н. М. Ланда [и др.] ; вед. ред. Л. Н. Комарова. – СПб. : Дуэт : Комета, 1994. – 740 с.

16. Тхориков, Б. А. Управление имиджем медицинского учреждения [Текст] : автореферат дис. кандидата социологических наук : 22.00.08 / Б.А. Тхориков. – Белгород, 2008. – 21 с.

17. Шулешкина Н.А. Работаем над имиджем [Электронный ресурс] : Архив газеты «Медицинский вестник». – 2008, №31 (458) <http://medvestnik.ru/archive/2008/31/1574.html>

## IMAGE OF THE PSYCHIATRIST FROM THE POSITION OF PATIENTS PSYCHIATRIC HOSPITAL

**U.S. Moskvitina  
V.A. Ruzhenkov**

*Belgorod  
State  
University*

*e-mail: ruzhenkov@bsu.edu.ru*

Two hundred (200) patients of mental hospital were interviewed about their representations about personal image of the doctor-psychiatrist by sociologic method (anonymous). Constitutional, intellectual, characterologic, social and professional-status components of image are described.

Key words: image of the doctor-psychiatrist, components of personal image the doctor-psychiatrist, patient's view of doctor-psychiatrist.