

Ведущие университеты мира, самые передовые бизнес-школы уже давно стали «зелеными»; среди них Оксфорд, Гарвард, Сингапурский университет, университет Копенгагена, университет Виктории в Канаде, Сассекский университет, МГУ, вузы Санкт-Петербурга. Практика эстонского Eesti Maailikool показывает эффективное внедрение принципов «зеленого университета»: использование опыта и исследований предыдущих поколений; открытость для новых идей и инноваций; применение принципов устойчивого развития в процессе принятия решений; разработка «зеленых» показателей для оценки своей работы [3].

Для того чтобы стать действительно зеленым университетом, важно, чтобы преподаватели, студенты и администрация ИБМТ БГУ были единомышленниками, готовыми собираться вместе для реализации всех этих составляющих, обмениваться опытом, мнениями и материалами и находить новые идеи. Необходимо совместно работать над «зелеными» проектами, стимулировать студенческие инициативы, проводить мероприятия и исследования на своем факультете, что повысит рейтинг и авторитет, позволит устойчиво развиваться нашему факультету и университету в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Интернет-адрес:** http://green.dyu.edu.tw/en_about.php
2. **Интернет-адрес:** <https://planonsoftware.com/us/whats-new/blog/how-universities-can-contribute-to-reducing-carbon-emissions.html>
3. **Интернет-адрес:** <https://www.emu.ee/en/about-the-university/green-university/>

ПСИХОЛОГИЯ ИМИДЖА МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ

Маршалова-Михалкова Снежана Алексеевна

Белорусская медицинская академия
последипломного образования, Минск
Snez@tut.by

Развитие психологического ресурса медицинских работников становится требованием и неотъемлемым условием, позволяющим эффективно осуществлять деятельность в трудовом коллективе. Одной из составляющих этого ресурса является имидж, который может стать опорой для осуществления своих обязанностей. Работая над совершенствованием своего имиджа, сотрудник повышает культуру делового общения, оптимизирует взаимодействие с коллективом. Имидж медицинского работника свидетельствует об умениях, знаниях, компетентности, а также ценностях, которыми он руководствуется в профессиональной дея-

тельности. Кроме этого, имидж работника сферы здравоохранения тесно связан с культурой организации.

Имидж понятие появившееся в психологической науке сравнительно недавно и поэтому у него еще нет окончательно сложившегося, однозначного определения. Появившийся в зарубежной, в частности американской литературе термин имидж обычно употребляется для особого вида образов - представлений, широко используемых различными общественными институтами, формирующими установки в массовом сознании потребителей.

Профессиональный имидж – набор качеств, которые пациент ассоциирует с конкретным медицинским работником. Компонентами имиджа являются внешний вид, речь, профессиональная компетентность, профессиональное общение. Медицинский работник своим имиджем оказывает влияние на течение болезни, физическое и психическое состояние больного.

Общий образ врача состоит из личностного и профессионального имиджа, имеющего размытые границы и четкие требования, несоблюдение которых приводит к недоразумению и пренебрежительному отношению к специалисту.

Имидж специалиста является одним из главных условий успеха его профессиональной деятельности. Пациенты доверяют тем врачам, рядом с которыми им спокойно, в чем авторитете они уверены. При этом процесс формирования мнения пациента о враче достаточно предсказуем. Чтобы быть успешным, доктору следует поддерживать имидж умного и серьезного человека.

У пациентов обычно нет достаточной информации, чтобы проанализировать глубину знаний, обширность опыта и профессионализм врача, поэтому они основывают свое мнение на внешнем облике. Имидж врача формируется из множества факторов, включающих в себя как его профессиональные качества, так и некоторые внешние атрибуты профессии. Но давно известно, что больше всего люди верят своим глазам. Поэтому основным элементом имиджа доктора является его внешний вид.

Медицинские работки имеют строгий дресс-код, сложившийся на протяжении столетий. Традиционный белый халат и шапочка появились не как дань моде или признак специфического отличия. Акушерами было замечено, что кипячение халата до и после родов значительно снижает смертность матерей и детей. Да и сейчас для медиков специальная одежда – обязательный элемент стерильности и гигиены. У всех остальных людей белый халат вызывает подсознательное чувство доверия и надежды, поэтому он так важен для восприятия.

Со временем традиционный белый халат претерпел изменения, превратившись из простого и бесформенного в стильную и красивую одежду. Сегодня можно подобрать варианты с разной длиной рукавов, фор-

мой воротника, видов застежек и карманов. В качестве элементов декора используют контрастные декоративные вставки. Халат может быть разным по длине, шьется отдельно для мужчин и женщин. В санитарных и гигиенических целях также используется головной убор – медицинские шапочки, колпаки и косынки различной формы и размеров, призванные скрыть волосы во время манипуляций и операций.

Обязательное дополнение специальной одежды – обувь для медицинских работников. К ней также предъявляются определенные требования, которым она должна отвечать. В первую очередь, это легкость и бесшумность, чтобы не создавать излишних помех в работе. Также простота моделей, полное отсутствие декора, чтобы поверхность при необходимости можно было легко обработать специальными препаратами.

В медицине нужно говорить не только об имидже практикующего медика, непосредственно оказывающего медицинскую помощь населению, но и об имидже лидера (менеджера, руководителя) в системе здравоохранения [1].

Медицина как искусство требует не только умелого использования и качественной подачи профессиональных медицинских знаний и навыков, но и чтобы это искусство положительно было воспринятым пациентом и обществом, чтобы настрой у них был доброжелательным, чтобы им хотелось получить эту профессиональную помощь, чтобы не было опасения или страха при визите к врачу или в медицинское учреждение, чтобы не возникала необходимость проверять или исправлять (ставив тем самым под сомнение) его назначения и рекомендации с помощью Интернета или прибегая к другим врачебным и не врачебным консультациям [2].

Вся клиническая медицина, от начала и до конца, от первого контакта с больным и до последнего, пронизана участием в ней субъективных личностных начал. Будучи сконцентрированными в человеке, будь то простой врач или профессор, медсестра или лаборант, субъективные качества личности в медицине всегда останутся приоритетными.

Профессия врача требует определённых имиджевых характеристик, которые должны соответствовать требованиям социума и месту работы: высокого уровня профессиональной компетентности, умения контролировать свои эмоции, культуры речи (правила вербальной коммуникации), устного и письменного общения, соответствующего внешнего вида и манеры поведения.

Итак, в процессе медицинской деятельности необходимо знание определённых правил вербального общения (коммуникации), принятых в социуме в целом и в профессиональной обстановке в частности. Универсальным средством коммуникации и знаковой системой для передачи информации является речь. Основной задачей речевого этикета в общении врача и пациента является установление контакта и поддержание

официальных и взаимовежливых отношений. Среди профессиональных качеств, характеризующих вербальное поведение врача, наиболее значимые: владение литературным языком, общая эрудиция, кругозор, умение чётко формулировать свою мысль. Естественной и единственной уважительной формой обращения к пациенту, независимо от пола, возраста, социального статуса является обращение на «ВЫ».

Этика и мораль профессионала здравоохранения в медицинской среде являются определяющими в отражении этикетных правил и соответствующего имиджа. На период общения с пациентом личные интересы и потребности врача должны отойти на второй план, а предпочтение отдаётся интересам и потребностям собеседника. От умения врача владеть словом, от уровня его речевой культуры также зависит его профессиональная компетенция.

Таким образом, имидж профессионала здравоохранения, практикующего медика, является одним из главных атрибутов его профессиональной деятельности. Задача создания профессионального имиджа медика, врача, должна быть осознанным выбором и быть ориентирована на общие каноны, сформировавшиеся в результате исторической медицинской практики. Это прежде всего высокий уровень профессионализма, нравственность и наличие эмпатии. Необходимо помнить, что создание достойного имиджа требует значительных сил, времени, вплоть до материальных вложений, а потеря репутации и авторитета может произойти мгновенно.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Васкес** Абанто Х.Э., Васкес Абанто А.Э. Медицина и мораль. Монография (Киев, Украина): Алфа Реклама, 2015. — 160 с.
2. **Васкес** Абанто Х.Э., Васкес Абанто А.Э., Арельяно Васкес С.Б. Медицина, как она есть! Монография (Киев, Украина): Алфа Реклама, 2015. — 228 с.

LEVERAGING THE UBIQUITY OF DIGITAL COMMUNICATIONS TO PROMOTE LEARNING: THE BLOGGING TOOL

introduction of an instrument

Matskevich Alena

Belarusian State University, School of Business, Minsk
matskevich@sbmt.by

Today the technology is present mostly in every area of our lives. The internet plays a key role in communication providing us with a possibility to communicate with others via various social media and blogging platforms.

Considering current students interest in everything what is happening online, the educational institution can benefit from not only staying competi-