

УДК 615.1:159.9.07

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕТАБОЛИЗМ КАК ОСНОВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РАБОТНИКА И КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ АНТАЦИДНЫХ И ПРОТИВОЯЗВЕННЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ

**Ибрагимова А.Н., Базаркина О.В.**

*ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», Москва, e-mail: an99\_63@mail.ru*

При осуществлении трансакции между участниками фармацевтического рынка возникает взаимодействие, основанное на информационном метаболизме. При этом происходит не только обмен необходимой информацией, но также ее усвоение, переработка и дальнейшая передача. Каждый участник информационной трансакции воспринимает и передает полученную информацию в зависимости от своих индивидуальных, психологических и социальных особенностей. На основе положений и теорий институциональной экономики, дифференциально-психологических, социологических исследований нами сформулирована методика изучения информационного метаболизма и особенностей типов взаимодействия между фармацевтическими работниками аптечных организаций и конечными потребителями антацидных и противоязвенных лекарственных препаратов. Выявлены медико-социальные и психологические особенности личности изучаемых групп потребителей. Предложены и описаны характеристики особенностей взаимодействия участников информационной трансакции с учетом психологических типов личности. На основе полученных данных разработаны и внедрены методические рекомендации для фармацевтических работников аптечных организаций при осуществлении информационной трансакции с конечными потребителями лекарственных препаратов.

**Ключевые слова:** информационный метаболизм, взаимодействие, трансакция, потребители, фармацевтический рынок

## INFORMATION METABOLISM AS INTERACTION BASE BETWEEN PHARMACIST AND THE CONSUMER OF ANTACID AND ANTIULCER DRUGS

**Ibragimova A.N., Bazarkina O.V.**

*Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, e-mail: an99\_63@mail.ru*

There is some interaction based on information metabolism, which is developing during the transaction between pharmaceutical market members. This process includes not only exchange of necessary information, but also the uptake of content, information processing and further transfer. The perception and delivery received information by each member of information transaction depend on the specific, psychological and social aspects. As a result, the methodology of the study of information metabolism and factors of interaction mode between pharmacists and antacid and antiulcer drugs consumers was developed. This methodology is basing on thesis and theories of institutional economy, differential and psychological, sociological researches. Medico-social and psychological characteristic of the consumers from studied groups was found out. Characteristics of interaction aspects between members of information transaction, factored in psychological types of the personality were recommended and described. Basing on obtained data, methodical recommendations for pharmacists, who are involved in information transaction with drug's consumers were developed and applied.

**Keywords:** information metabolism, interaction, transaction, consumers, pharmaceutical market

Для изучения взаимодействия между конечными потребителями и фармацевтическими работниками нами рассматривалась информационная трансакция, которая возникает при обращении потребителя в аптеку и покупке необходимого лекарственного препарата (ЛП). Данный вид трансакции был выделен представителем институциональной экономической теории Дж. Коммонсом, который показал симметричный характер отношений сторон трансакции (покупки) в результате добровольного соглашения [4].

В процессе взаимодействия участников трансакции особое значение приобретают профессиональные качества фармацевтического персонала аптек, являющиеся результатом не только их знаний, умений, навыков, но и психологических особенностей личности [5].

Различными исследованиями установлена связь между психологическими типами фармацевтических работников и эффективностью их деятельности. Данный факт кардинально меняет подход к оценке эффективности деятельности фармацевтического персонала аптечных организаций.

**Цель исследования** – выявить и проанализировать особенности информационного метаболизма участников трансакции на примере фармацевтических работников аптечных организаций и конечных потребителей антацидных и противоязвенных ЛП.

### **Материал и методы исследования**

Материалами исследования явились экспериментальные данные социологических, дифференциально-психологических исследований фармацевтических работников аптечных организаций (400 анкет работников, 340 аптек Москвы и Московской обла-

сти) и конечных потребителей антацидных и противоязвенных ЛП (900 анкет).

Методологическую основу исследования составили основные положения современной институциональной экономической теории, дифференциально-психологических исследований (теория психологических типов К.Г. Юнга, модели типов информационного метаболизма А. Аугустинавичюте), а также научные труды отечественных и зарубежных ученых по медицине, фармации, экономике, психологии и соционике.

В процессе исследования использовались: исторический, логический, статистический, социологический методы исследования.

В основе понятия «информационный метаболизм» лежит биологический термин «энергетический метаболизм», который происходит в живом организме при потреблении пищи и заключается в ее обмене, усвоении и переработке. Польский психиатр А. Кемпинский сопоставил энергетический метаболизм с усвоением и обработкой информации психикой человека и дал определение понятию «информационный метаболизм» – это процесс усвоения, обработки и передачи информации психикой человека. А. Кемпинский показал, что информация воспринимается определенными каналами человеческой психики, усваивается, накапливается, хранится, преобразуется и частично выводится вовне для взаимодействия с внешним миром, а часть ее остается внутри и составляет внутренний мир человека. Тип интеллекта определяет способ, каким индивид воспринимает информацию из внешнего мира и какой селекции эту информацию подвергает. Структура психики конкретного человека задает своеобразный вид «системы фильтров» для обработки информации – это функции, которые описал К.Г. Юнг (логика, этика, интуиция, сенсорика). Доминирующие функции обеспечивают обработку значительно большего объема информации, чем слабые [1, 2, 7, 8].

Команда исследователей под руководством Аушры Аугустинавичюте создала модель устройства человеческой психики, доработав типологию К.Г. Юнга, взяв за основу гипотезы об информационном метаболизме и используя универсальный метод моделирования. Эта модель получила название «Модель А», что означает Модель Аушры. Тип информационного метаболизма (ТИМ) – таксономическая категория, единица классификации, определяющая функциональную ориентацию психики как устройства, обрабатывающего информацию. ТИМ определяет способ, каким индивид воспринимает информацию из внешнего мира, а также что и в каком порядке из этой информации выделяет. Различия в способах получения и обработки информации влияют на интересы, устремления индивида, направленность его поведения, отношение к другим людям и т.д. Согласно теории информации, каждая система выделяет и принимает только адекватную себе информацию. То есть принимает только такие сигналы, какие сама способна выдавать. Те сигналы, которые воспринимаются более осознанно, выдаются также более осознанно. При приеме и передаче однотипной информации сходны такие характеристики состояния системы, как осознанность, уверенность и пр. «Психика человека пользуется разными способами обработки информации. Таких способов шестнадцать, и каждая отдельно взятая личность осваивает лишь один из них» [1, 2].

Следует особо отметить, что в информационной трансакции происходит не только переход необходимой информации от фармацевтического работника к потребителю, но одновременно и активный обмен ею, т.е. общение. В психологии под общением понимается процесс обмена информацией и взаимодействия людей на основе взаимопонимания.

В структуре общения выделяют три составляющих: коммуникативную (общение состоит в обмене информацией между людьми), интерактивную (обмен не только информацией, но и действиями) и перцептивную (процесс восприятия между участниками коммуникации и установление на этой основе взаимопонимания) [5].









Кроме того, можно выделить несколько условий эффективного обмена или взаимодействия:

- значимость информации для потребителя (необходима ему в данный момент времени);
- достаточность информации (информация удовлетворяет потребность покупателя в полном объеме);
- доступность информации или единая система кодирования, т.е. одни и те же слова, понятия, обороты речи и прочее, одинаково понимаются участниками взаимодействия в силу социальных, национальных, возрастных особенностей индивида;
- минимальные специфические коммуникативные барьеры общения, возникающие вследствие индивидуальных психологических особенностей общающихся.

Изучение особенностей информационного обмена (информационной трансакции) между участниками трансакции с учетом психологических, социальных особенностей, наиболее полно освещены в новом научном направлении – соционике. Соционика как наука об информационном взаимодействии психики с окружающим миром использует модель ТИМ А. Аугустинавичюте [1, 2, 6]. А. Аугустинавичюте построила модель, состоящую из восьми функций, расположенных в определенном порядке (рисунок) [1, 2]

МЕНТАЛ	ЭГО	1 	2 
	СУПЕРЭГО	4 	3 
ВИТАЛ	СУПЕРИД	6 	5 
	ИД	7 	8 

Модель функционирования психики человека

Литовский ученый, основываясь на функциях и дихотомиях, определенных К.Г. Юнгом и положениях теории информационного метаболизма, моделировала функционирование психики человека, создав для каждой дихотомии свою модель ТИМ. В этой модели А. Аугустинавичюте обозначила восемь функций в виде определенных символов (значков), которые соответствуют функциями К.Г. Юнга. Так, окрашенные символы – экстравертные, а неокрашенные – интровертные функции;   – этика;   – логика;   – интуиция;   – сенсорика.

Первые четыре функции (по каноническому изображению) образуют ментальное (сознательное) кольцо, последние четыре – витальное (бессознательное). В модели также имеются функционалы:

1. Базовый.
2. Творческий.
3. Ролевой.
4. Болевой.
5. Суггестивный.
6. Референтный.
7. Ограничительный.
8. Фоновый.

Таким образом, модель ТИМ психики – изображение иерархии функций в структуре психики. Она показывает сильные и слабые стороны личности, области творчества, возможные недостатки и т.д. [1, 2].

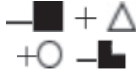

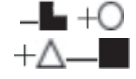


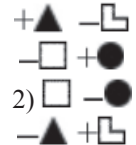

### Результаты исследования и их обсуждение

С помощью анкетирования нами опрошены 400 фармацевтических работников и 900 конечных потребителей антацидных и противоязвенных ЛП. Изучены медико-социальные и психологические особенно-

сти личности исследуемых, на основе которых составлены их портреты.

Так, потребителями антацидных ЛП являются в основном замужние женщины средних лет, имеющие 1–2 детей, с высшим образованием, служащие, со средним доходом на одного члена семьи 10–12 тыс. рублей. Также выявлено, что у большинства потребителей наблюдаются рецидивы заболевания, возможно с дальнейшей госпитализацией, и у основной части опрошенных, страдающих гастритом, имеются сопутствующие заболевания. В данной группе потребителей в основном (72,9%) – логико-интуитивные рациональные экстраверты (таблица), что характеризует их, как людей, имеющих лидерские качества, хорошее отношение к себе и к окружающим, способных воспринимать и хранить большое количество объективной информации и быстро принимающих адекватные решения.

Характеристика психологических типов личности

Исследуемые	Функциональная ориентация психологического типа	Доминирующая функция	Типы «модели А»
Потребители антацидных ЛП	Логико-интуитивный рациональный экстраверт	Экстравертный Мыслительный (Extraverted Thinking)	 
Потребители противоязвенных ЛП	Этико-сенсорный экстраверт	Экстравертный Чувствующий (Extraverted Feeling)	 
Фармацевтические работники	1) Логико-сенсорный рациональный экстраверт; 2) логико-сенсорный рациональный интроверт	1) Экстравертный Мыслительный (Extraverted Thinking); 2) Интровертный Ощущающий (Introverted Sensing)	  

Так, потребителями противоязвенных ЛП являются в основном женатые мужчины старше 50 лет, имеющие 1–2 детей, с высшим образованием, служащие, со средним

доходом на одного члена семьи 14–15 тыс. рублей. Выявлено, что у большинства потребителей наблюдаются рецидивы заболевания с дальнейшей госпитализацией и

у основной части опрошенных, страдающих язвенной болезнью желудка, также имеются сопутствующие заболевания. Большинство потребителей противоязвенных ЛП (63,3%) – этико-сенсорные экстраверты, в основном публичные люди, эмоциональные, ранимые, чувствующие переживания, настроения окружающих, целеустремленные, способные находить решения при возникновении конкретных проблем.

Необходимо отметить, что одним из ведущих факторов риска язвообразования являются психоэмоциональные перегрузки и стрессы. Согласно выявленным психологическим типам больной с язвенной болезнью желудка больше подвержен влиянию стрессовых факторов, что необходимо учитывать фармацевтическим работникам при общении с данной категорией больных. Также нами выявлена корреляционная зависимость между установленными психологическими особенностями конечных потребителей и следующими показателями:

1) наличие сопутствующих заболеваний (заболевания сердечно-сосудистой системы,  $R = 0,67$ ; заболевания нервной системы,  $R = 0,73$ );

2) результат лечения (удовлетворительный,  $R = 0,67$ ).

Учитывая, что конечные потребители относятся к экстравертам (эмоциональные, импульсивные люди), у которых имеются сопутствующие заболевания сердечно-сосудистой и нервной системы, фармацевтическим работникам необходимо уделить особое внимание определенным характеристикам при коммуникативном общении с данными потребителями.

Среди опрошенных фармацевтических работников преобладают люди с логико-сенсорными рациональными функциями психологического типа. Так, 46% опрошенных – логико-сенсорные рациональные экстраверты, характеризующиеся как личности управляющего типа, склонные к производственной сфере деятельности, хорошо разбирающиеся в полезных свойствах объектов, эффективных способах, методах, технологиях работы, но при этом в социуме находящиеся в поиске улучшения коммуникативных отношений. Однако необходимо отметить, что 43% опрошенных фармацевтических работников – логико-сенсорные рациональные интроверты, т.е. личности, склонные к производственной сфере деятельности, хорошо понимающие и разбирающиеся в структуре, иерархической системе отношений, но в социуме проявляющие необходимость улучшения общего эмоционального состояния, самочувствия и т.д.

В зависимости от того, с каким психологическим типом фармацевтического работника взаимодействует конечный потребитель, при покупке ЛП в аптеке, можно прогнозировать результат информационного метаболизма и возможный «конфликтный потенциал» при осуществлении информационной трансакции. С этой целью нами были построены две карты взаимодействия конечных потребителей и фармацевтических работников. Согласно первой карте, взаимодействие экстраверта с логико-интуитивными рациональными функциями (больной гастритом) и экстраверта с логико-сенсорными рациональными функциями (фармацевтический работник) приводит к так называемым «родственным отношениям», являющимися биполярными в эмоциональном смысле. Если взаимодействующие стороны друг друга уважают и признают, то информационная трансакция возможна с положительным потенциалом и без дополнительных информационных издержек, но при отсутствии такого уважения отношения становятся неприятными, что может привести к перекрестным трансакциям (конфликтным ситуациям). На данные отношения влияет уровень образования и общей культуры, а также психологические особенности личности. При взаимодействии больного гастритом с фармацевтическим работником интровертного типа, с логико-сенсорными рациональными функциями, наблюдаются «миражные отношения», т.е. мирные, но несколько обманчивые отношения. Такие люди довольно легко входят в контакт, испытывают друг к другу уважение, но при большем взаимодействии возникают трудности при совместном сотрудничестве. Отношения в таком случае ограничиваются трансакциями взаимодополняющего типа. В соответствии со второй картой взаимодействие этико-сенсорного экстраверта (больной язвой желудка) и экстраверта с логико-сенсорными рациональными функциями (фармацевтический работник) приводит к «деловым отношениям»: люди достаточно хорошо понимают друг друга, уважают, могут успешно сотрудничать, хотя ставят перед собой разные цели, задачи и достигают их разными средствами, что может привести к разочарованию. При взаимодействии больного язвой желудка с фармацевтическим работником интровертного типа, с логико-сенсорными рациональными функциями, наблюдаются «полудуальные отношения», при которых маловероятны конфликтные ситуации или взаимное непонимание, такие люди в большинстве своем могут конструктивно влиять друг на друга.

**Заклучение**

Выявленные особенности и результаты экспериментальных данных позволили нам разработать и внедрить методические рекомендации для фармацевтического персонала аптечных организаций, которые могут использоваться в качестве информационного материала и позволят минимизировать конфликтные ситуации и в конечном итоге улучшить взаимодействие потребителя и фармацевтического работника аптечной организации.

**Список литературы**

1. Аугустинавичюте А. Модель информационного метаболизма // Соционика, ментология и психология личности. – 1995. – № 1. – С. 25–32.
2. Аугустинавичюте А. Соционика: Кн. 1. Введение. – М.: АСТ, 1998. – С. 448.
3. Ильин Е.П. Психология индивидуальных различий. – СПб.: Питер, 2011. – С. 701.
4. Коммонс Дж.Р. Институциональная экономическая теория. – 1934.
5. Куликов В.Н. Проблемы социальной психологии. – Иваново.: Изд-во ИвГУ, 1979. – С. 39–40.
6. Мегедь В.В., Овчаров А.А. Концепция энергообмена в модели «А» и построение подтипов // Соционика, ментология и психология личности. URL: <http://www.socioniko.net/ru/gazeta/2002-1-visual/meged-ovch.html> (дата обращения 05.11.2010).
7. Прокофьева Т.Н. Опорные конспекты для изучающих соционику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.socionics.ru/shp\\_4/shp4.htm](http://www.socionics.ru/shp_4/shp4.htm) (дата обращения 10.11.2010).
8. Степанский В.И. Психоинформация. – М.: МПСИ, ФЛИНТА, 2006. – С. 136.

**References**

1. Augustinavichjute A. Model' informacionnogo metabolizma // Socionika, mentologija i psihologija lichnosti. 1995. no. 1. pp. 25–32.
2. Augustinavichjute A. Socionika: Kn. 1. Vvedenie.– M.: AST, 1998. pp. 448.
3. Il'in E.P. Psihologija individual'nyh razlichij. SPb.: Piter, 2011. pp. 701.
4. Commons Dzh.R. Institucional'naja jekonomicheskaja teorija. 1934.
5. Kulikov V.N. Problemy social'noj psihologii. Ivanovo.: Izd-vo IvGU, 1979. pp. 39–40.
6. Meged' V.V., Ovcharov A.A. Konceptcija jenergoobmena v modeli «A» i postroenie podtipov // Socionika, mentologija i psihologija lichnosti. URL: <http://www.socioniko.net/ru/gazeta/2002-1-visual/meged-ovch.html> (data obrashhenija 05.11.2010).
7. Prokof'eva T. N. Opornye konspekty dlja izuchajushhih socioniku [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: [http://www.socionics.ru/shp\\_4/shp4.htm](http://www.socionics.ru/shp_4/shp4.htm) (data obrashhenija 10.11.2010).
8. Stepanskij V.I. Psihoinformacija. M.: MPSI, FLINTA, 2006. pp. 136.

**Рецензенты:**

Лагуткина Т.П., д.фарм.н., профессор кафедры управления и экономики фармации медицинского института Российского университета дружбы народов, г. Москва;

Мошкова Л.В., д.фарм.н., профессор кафедры технологии получения лекарств и организации фармацевтического дела факультета повышения квалификации медицинских работников Российского университета дружбы народов, г. Москва.

Работа поступила в редакцию 19.12.2014.