

Удалова Е.А., Фролова М.Г.

СОЦИОНИЧЕСКАЯ ПИРАМИДА СТИМУЛОВ

Алгоритм

Итак, алгоритм типоориентированного стимулирования:

1. Учитываем групповые признаки — вносим квадральный дух и колорит, выдерживаем соответствие стимульной группе, подаем информацию в нужном стиле, имеем в виду гибкость и масштаб, свойственные каждому типу.
2. Формулируем предложение так, чтобы оно не содержало «ляпов» по всем четырем сильным функциям (базовая, творческая, ограничительная и фоновая). Иначе оно не пройдет их экспертизу. В зоне своей экспертизы человек всегда увидит и подлинную информацию, и все ее искажения, а факт сокрытия существенных моментов сыграет против принятия предложения — авторитет партнера будет безнадежно подорван. Следим за тем, чтобы не вызвать реакцию защиты зная о том, что даже обоснованное воздействие на седьмую функцию вызывает ее активизацию и первичное сопротивление.
3. Исключаем любое воздействие на болевую точку. Предложение не должно содержать ни малейшего элемента, ее активирующего. Иначе коммуникация с самого начала пойдет в негативном ключе и вскоре оборвется.
4. Исключаем какую-либо критику и негатив, создаем позитивное подкрепление на ролевую функцию и детский блок.

Вот какая непростая рецептура получилась у нас вместо простой. Но каждый предлагаемый ход в нашей методике стимулирования опирается на реальные свойства восприятия информации различными людьми.

Нелишне еще раз повторить, что, если мы хотим быть понятыми, надо говорить на языке собеседника. Если мы хотим получить хороший результат, предложение не должно содержать моментов принципиально невыполнимых для партнера. Если мы хотим позитивного общения, учитываем систему ценностей партнера. Простые и понятные мысли. Трудность только в том, что мы не знаем истинного языка собеседника, его возможностей и ценностей. Приходится думать, что он «нормальный человек», и значит не сильно отличается от «меня».

Изучая соционику, приходится постоянно удивляться, насколько различаются между собой «нормальные» люди! Это различие не случайно. В нашей информационной сфере большой «муравейник», состоящий из шестнадцати типов обработки информации, называемый «социон», обеспечивает полноценное знание об окружающем мире и позволяет виду успешно в нем существовать.

Социон составлен так, чтобы у каждого типа, экспертно воспринимающего информацию из некоего сектора реальности, была «страховка» в виде типа, экспертно воспринимающего информацию из противоположного сектора. Это необходимо и эффективно.

Но вместо того, чтобы радоваться тому факту, что нас всегда есть, кому поддержать, защитить и научить тому, в чем мы по своей природе разбираться не можем, мы еренимся, соперничаем, отказываемся от помощи и делаем глупости, зато независимо.

Идеи независимости людей друг от друга и возможности (и даже необходимости!) универсального и всестороннего развития каждой отдельной личности чрезвычайно деструктивны! Мир еще не оценил их разрушительную силу. Как компьютерный вирус они врываются в нашу жизнь, заставляют смотреть на партнера, как на соперника, рвут коммуникации, превращают сотрудничество в соревнование, отдаляют людей друг от друга. Сложные и тонкие социальные связи рассыпаются. Общество атомизируется, напоминая идеальный газ, в котором частицы

взаимодействуют только при столкновениях. Такое положение, по сути, означает деградацию социального компонента, и оно очень опасно.

В досоционические времена еще можно было понять, что таким широким веерным захватом можно нащупать истинные способности ребенка и потом их развивать прицельно. Но теперь мы знаем, что «развитие» слабых функций крайне разрушительно для самой структуры типа. Но, к счастью, нам не надо долго искать зону истинных талантов человека. Его сильные и слабые стороны становятся понятными за полчаса соционической диагностики.

Люди не должны бояться друг друга. Они должны поддерживать и опираться друг на друга, заботиться и принимать заботу. Радовать других и радоваться успехам другого. Для этого необходимо **понимать** другого человека. Да и себя, не в последнюю очередь.

Теоретическая психология разнообразными способами пытается объяснить каждое из бесконечных проявлений каждого человека, утопая в частности или приходя к простым идеям вроде всеислия либидо или воли к власти, или удовлетворяется моделями, где интеллект просто обозначен загадочным фактором G. Пытаться понять себя, начитавшись психологических книг бесполезно. Найдется все. И ничто не поможет. Узнав, что наш жизненный сценарий «Красная Шапочка», что мы будем делать? Не ходить в темный лес? Или, наоборот, ходить? Бесполезно.

Но если не искать своего счастья в автономности и независимости, если допустить, что все мы связаны друг с другом, что информационные сети — это то, что каждому позволяет жить лучше и многограннее, допустить, что человек может быть совсем на нас не похожим, оставаясь нормальным — то наша жизнь может стать совершенно другой.

Соционика помогает понять свои области некомпетентности без ущерба для самооценки. Она показывает каждому типу его путь бесконечного развития и вдохновляющего творчества. Указывает болевую точку, сюжеты которой, какими бы важными их не считало окружение, следует обходить, чтобы оставаться здоровым и жизнерадостным. Соционика знает зоны суггестии каждого типа, что помогает защитить себя от манипуляций и получать истинное удовольствие от жизни. Это на первых шагах изучения.

Более глубокий анализ моделей и признаков позволяет уже решать и более тонкие вопросы взаимодействия людей и их отношений. Представленный в этом цикле статьей анализ типовых стимулов — это один из множества сюжетов, где соционика достаточно коротко и абсолютно ясно позволяет глубоко проработать тактику получения результата.

Соционическая пирамида стимулов

Попробуем еще раз вспомнить алгоритм стимулирования каждого типа и уложить его в наглядную схему, так любимую HR-менеджерами.

Прежде всего нам следует не касаться тех сюжетов, которые с гарантией испортят впечатление и вызовут отвращение к нам и нашему предложению.

Помним, что все сюжеты реальности у кого-то вызывают отвращение. Нет нейтральных для всех типов сюжетов. Надо знать тип партнера. А не искать приятную для всех подачу. Если с некой идеей подачи согласилась дюжина наших знакомых, это не значит, что идея понравится всем. Это значит, что среди них не оказалось типа с соответствующей болевой точкой.

Первый, самый базовый шаг стимулирования — это исключение информации по болевой точке собеседника, ее защита.

Далее надо добиться симпатии человека, произвести на него благоприятное впечатление. Самый прямой путь к заинтересованному слушанию, это подача позитивной информации на суггестивную функцию. В каждом из нас есть маленький ребенок, который хочет заботы и праздника. Нам приятно встретить партнера, который хорошо разбирается в трудных для нас вопросах и готов рассказывать нам прекрасные истории о тех сторонах мира, которые кажутся нам непостижимыми. Он олицетворяет как бы, гарантию, что с нами ничего не случится в сфере наших слабых функций. Такой человек вызывает безотчётный интерес и доверие.

Второй шаг — это подача позитивной информации на суггестивную функцию собеседника и проявление заботы о нем в данном аспекте.

Наше общение с собеседником должно протекать в понятном для него стиле, чтобы он нашел в этом подтверждение нашей адекватности. Ведь если мы навязываем ему свой стиль подачи информации, он может посчитать общение пустым и недружественным. Как мы видели в начале этой книги, у представителей разных типов различные представления о состоявшемся общении. Четыре стиля общения — это разные потоки информации, передающиеся собеседнику. И иногда он совершенно не расположен воспринимать наши потоки. От такого общения остается впечатление, будто наелся мыльных пузырей: что-то происходило, но не оставило приятного следа. Разве такого результата мы ждем?

Третий шаг — это освоение стиля общения собеседника, учет тех потоков информации, которые значимы для него, а не описаны в учебниках по переговорам.

Когда мы формулируем свое предложение, которое должно заинтересовать нашего партнера, наши аргументы должны быть убедительными не «вообще», а для него. Для этого они должны опираться на его систему ценностей, на то, что он считает существенным в мире. Как мы помним, представители разных квадр существенными считают совсем разные темы. Не следует спорить, что важнее. Мир многогранен, и в нем есть место для всех воззрений. Но какая грань мира важнее для нашего собеседника, надо все-таки знать. Потому что рассуждения в другой плоскости не могут увлечь его надолго. Следует найти в нашем проекте ту сторону, которая будет отвечать ценностным установкам нашего партнера, духу его квадры.

Задача должна быть сформулирована с учетом квадральных ценностей собеседника, не мифических «общечеловеческих», которых в природе не существует.

Если мы хотим, чтобы предложение было принято собеседником, встроено в его жизненный план, следует учитывать его видение своих целей и задач. Расположен он «покорять мир» или обустраивать локальное жизненное пространство. Есть ли у него длинный список собственных планов или он превыше всего ставит возможность откликнуться на любую вдруг возникшую идею. От этого в немалой степени будет зависеть его реакция на наше предложение. Он может начать думать о согласии и долго перестраивать свои планы или отказаться потому, что только что его позвали в экспедицию на Алтай. Это зависит от групповых свойств типа.

Разрабатывая для него наше предложение, мы должны учитывать его гибкость и масштаб задач, которые он считает увлекательными.

Предлагая человеку некий проект, мы должны описать ему то, что он от него получит. И этот результат должен показаться ему привлекательным. Не следует думать, что людям нравится одно и то же. Или, что «все работают за деньги». Соционика показывает нам, что стимулы тоже имеют разную природу для каждого типа, и нигде это не просто «много денег». Людей двигает вперед из зоны комфорта что-то важное для них, что-то обещающее впереди увеличение важного для них потенциала. Следует найти или создать в нашем предложении нужный

аспект, иначе оно не сдвинет с места нашего собеседника, не находящего в этом процессе результата для себя.

При создании проекта следует учесть стимул к деятельности нашего партнера, чтобы он захотел пойти за нами и получить нужный ему результат.

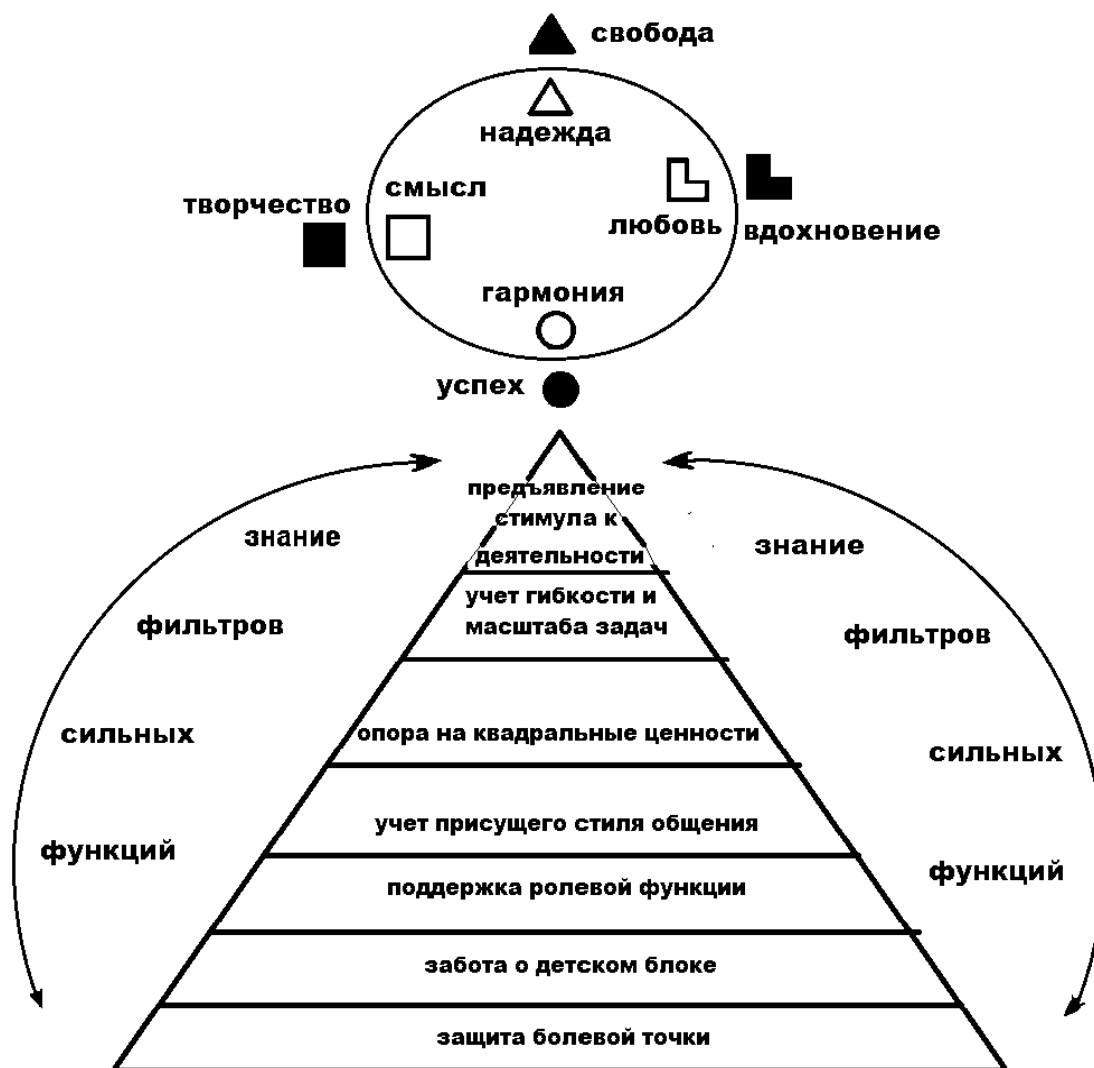
И, конечно, само предложение должно пройти контроль сильных функций его модели А.

Если проект покажется ему:

- неинтересным и глупым — с первой функции;
- плохо продуманным и не реализуемым — по второй;
- слишком много отнимающим ресурса — по седьмой;
- грозящим разрушением его сегодняшней жизни — по восьмой,

то принятие такого предложения исключено при любых аргументах.

Значит, надо знать модель А партнера и не допустить провалов в области его сильных функций. Возможно, следует его привлечь на стадии разработки проекта, чтобы устранить ошибки в самом начале. Заодно повысив и качество самого проекта.



Непростой получился набор условий. И новая пирамида не такая наглядная, как прежняя. И не зная соционики, вряд ли удастся эти условия выполнить. А вот зная соционику, не так уж трудно учесть все эти свойства типа. И получить нужный отклик. При этом есть огромная вероятность, что сам проект принесет не только партнеру, но и нам успех, творчество, вдохновение и свободу. Это то, что дает освоение соционического знания, его «побочный эффект». Самоидентификация, повышение самооценки, толерантность и гуманизм, улучшение взаимоотношений — неизбежные следствия освоения соционики.

Ведь, если мы понимаем, кто перед нами, в чем сильные стороны партнера, где его надо беречь, а где положиться на него — наши ожидания адекватны, ответственность естественна, послушание обосновано, разочарования исключены. И можно заняться действительно важными делами, не тратя силы на упреки и подозрения.

Немного рефлексии

Проведем еще один мысленный эксперимент. Представим себе, что некто, знакомый с нашим типом, применяет эти методы убеждения к нам. Начальник, супруг или родитель прежде, чем поручить нам что-то, интересуется не тем, что ему сейчас хочется, а нашими типовыми особенностями. И не с целью нас «поработить», а с целью вместе с нами добиться успеха в некоем проекте, сулящим нам и ему развитие и творчество.

Шаг первый — исключение сюжетов *болевого точки*. Представьте, что все вопросы, которые вызывают неуверенность, неприязнь, растерянность, все действия, которые вы хотели бы поручить другому и все сюжеты, которых вы не хотели бы встречать в жизни, вам больше и не встречаются. Ваш партнер не только берет их на себя, но и не обсуждает с вами их решение. Все происходит как бы само собой, не образуя неразрешимых для вас проблем. Жизнь становится безопасной, без внезапных подвохов.

Шаг второй — позитивное подкрепление на *детский блок*. В каждом из нас внутренний ребенок существует и требует заботы. И дело не в том, что мы сами не можем себя обслужить в этих сюжетах. Как-то можем. Тут существенно наличие другого, человека, который заметил нашу потребность и позаботился о ней. Внутреннему ребенку важно чтобы заботливый взрослый был рядом. И вот ваш партнер проявляет эту заботу. Предусматривает в проекте что-то из ваших детских радостей, обеспечивает вам прикрытие и позитив по функциям, стремящимся получить маленький детский праздник. Человек, который хочет и может его дать, конечно, воспринимается как комфортный и надежный.

Третий шаг. Представьте, что партнер не навязывает вам указания, не доводит объяснениями, не давит на совесть, а общается так, как вы считаете правильным. В процессе общения он обменивается с вами теми аспектами, которые вы считаете содержательными, и не требует других аспектов, которые вы считаете неуместными. Такой собеседник, конечно, кажется более разумным и вменяемым. С ним приятно говорить и слушать его имеет смысл.

Четвертый шаг. Представьте, что партнер подбирает аргументы своего предложения среди тех *ценностей*, которые разделяете вы. Не сыплет абстрактными «истинами», не шантажирует «общечеловеческими ценностями». Он говорит о тех взглядах на мир, которые близки вам, и его предложение касается важных вам аспектов бытия. Вам не приходится терять время на расстановку акцентов и отстаивание своих принципов, идти на идейные уступки, отбиваться от не важных для вас задач. Вы чувствуете, что вас не только понимают, но и уважают. Когда партнер готов считаться с вашей системой ценностей, отношение к нему, конечно, тоже становится уважительным.

Пятый шаг. Представьте, что партнер не упрекает вас в отсутствии амбиций или неспособности жить по плану, а безусловно принимает ваш творческий режим. И формулирует задачу в соответствии с вашим образом творчества: учитывает гибкость и масштаб, который подходит к вашей натуре. И в его предложении специально для вас предусмотрен тот режим,

который устраивает вас. От такой подачи создается впечатление, что вы с ним вполне подходите друг другу и можно соглашаться на сотрудничество.

Шестой шаг. Если партнер предлагает как результат осуществления проекта стандартные «стимулы», обычные для вульгарного менеджмента «много денег» и социальный пакет, разговор сразу теряет привлекательность. Представьте, что он учитывает вашу *стимульную группу* и готов именно в ее русле вас вознаградить. Вы понимаете, что вы получите то, к чему стремитесь, то, ради чего вы готовы напрягаться и выходить из зоны комфорта. И человек, который готов дать вам то, что вам нужно, а не то, что считает привлекательным он, стоит в ваших глазах того, чтобы с ним сотрудничать.

Шаг седьмой. На самом деле, контроль *сильных функций* модели А идет не после упомянутых шести шагов, а непрерывно. Ни на какой стадии предложение не должно показаться глупым, плохо продуманным, требующим слишком много ресурса и задевающим фундамент вашей жизни. Независимо от всего остального, от всех слов и аргументов, никто не заставит вас отказаться от своей жизни ради чужого проекта. Так и должно быть. И значит, партнер, который прошел контроль сильных функций вашей модели, предложение которого не показалось ни глупым, ни опасным, вполне достоин внимания.

Как видим, о таком партнера можно только мечтать. Проявленные качества, описанные выше, располагают и пробуждают желание взаимодействовать, включиться в интересный проект, который, возможно, в одиночку никто из вас не осилил бы. Это обещает личностный рост и творческие открытия, которые очень украшают нашу жизнь.

О пользе соционики

На самом деле, в жизни так и происходит. Любое внешнее предложение и человек, который его делает, проходят так или иначе контроль нашей модели А. Потому что вся информация проходит именно через нее. И если не понимать, какие фильтры работают на приеме, то трудно даже представить, что остается от сделанного предложения. И нелишне повторить, что набор этих фильтров не только разный, но и диаметрально противоположный у некоторых типов.

Еще раз. Универсальную пирамиду стимулов не построить. Но методический прием стимулирования для каждой модели создать возможно. Что мы и попытались сделать в этом цикле статей. Читателю остается только выучить соционику. И авторы, не один десяток лет посвятившие обучению, искренне считают, что соционика нужнее и проще, чем таблица умножения. Люди, принявшие это знание, допустившие множественность человеческих проявлений, «отпустившие» свои слабые функции и «простившие» их наличие у других, имеют более адекватные ожидания от себя и партнеров, детей и родителей, начальников и подчиненных. И это приносит в их жизнь спокойствие и гармонию.

Л и т е р а т у р а :

1. Юнг К.Г. Психологические типы. — СПб.: «Ювента»; М.: Прогресс — Универс, 1995.
2. Аугустиновичюте А. Соционика: Психотипы. Тесты / Сост. Л. Филиппов. — М: ООО «Фирма «Издательство АСТ»; СПб: Terra Fantastica, 1998.
3. Аугустиновичюте А. Модель информационного метаболизма // Соционика, ментология и психология личности. — 1995. — № 1. <http://www.socionics.ibc.com.ua/t/aa195.html> - note
4. Аугустиновичюте А. Социон // Соционика, ментология и психология личности. — 1996. — № 4-5.
5. Аугустиновичюте А. О дуальной природе человека // Соционика, ментология и психология личности. — 1996. — № 1-3.
6. Гуленко В.В. Менеджмент слаженной команды: Соционика и социоанализ для руководителей. — Новосибирск: РИПЭЛ, 1995.
7. Букалов А.В. Структура и размерность функций информационного метаболизма // Соционика, ментология и психология личности. — 1995. — № 2

8. Букалов А.В. Соционика: гуманитарные, социальные, политические и информационные интеллектуальные технологии XXI века // Соционика, ментология и психология личности. — 2000. — № 1. — С. 5–16.
9. Букалов А.В. Соционика и психоинформатика: универсальный инструмент анализа, структурирования и организации человеческого знания // Соционика, ментология и психология личности. — 2002. — № 3.
10. Карпенко О.Б. Восприятие аспектов мира // Соционика, ментология и психология личности. — 1995. — № 1.
11. Карпенко О.Б. Несколько слов о четвертой функции // Соционика, ментология и психология личности. — 1999. — № 4.
12. Удалова Е., Бескова Л. Уроки соционики, или Самое главное, чему нас не научили в школе. — М.: «Астрель», 2003.
13. Удалова Е. Соционика в работе с персоналом, или что показывает МВТИ. — М., 2006.
14. Удалова Е. Соционика. Основы диагностики. — М., 2011.
15. Кочубеева Л., Миронов В., Стоялова М. Соционика. Семантика информационных аспектов. — СПб.: «Астер Х», 2006.
16. Маслоу А.Г. Дальние пределы человеческой психики. — СПб: Евразия, 1999.
17. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда. Инструменты. Методики. Практика. — «Альпина Диджитал», 2007.
18. Иванова С.В. Кандидат, новичок, сотрудник. Инструменты управления персоналом, которые реально работают на практике. — 2-е изд. — М.: Изд-во Эксмо, 2006.
19. Розин М. Путешествие по спирали 2.0 // HRTimes №33. — Март 2018.
20. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. — СПб.: «Питер», 2002
21. Ахмадуллин Ш., Шарафиева Д. Мотивация детей. Как мотивировать ребенка учиться. — М.: Билингва, 2016.

Об авторах:

УДАЛОВА Елена Андреевна — доктор философии в области соционики, руководитель Школы прикладной соционики (Москва, <http://www.socion.ru>). Занимается обучением диагностике, консультированием индивидуальных и корпоративных клиентов, разработкой учебных и тренинговых программ. Автор ряда статей и книг по соционике.

ФРОЛОВА Марина Геннадиевна — выпускница Московской Государственной Юридической Академии. С 2007 года работает в соционике, магистр соционики. Преподаватель Школы прикладной соционики под руководством Е. А. Удаловой (Москва). Автор и ведущая тренингов и семинаров.