

Алексей Филатов



ПРОФАЙЛИНГ

Как разбираться в людях
и прогнозировать их поведение

Алексей Филатов

**Профайлинг. Как
разбираться в людях
и прогнозировать их поведение**

«Издательские решения»

Филатов А. В.

Профайлинг. Как разбираться в людях и прогнозировать их поведение / А. В. Филатов — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-839338-9

Профайлинг — это лучшая методика «чтения» людей, позволяющая считать с человека его личностные характеристики, ценности, мотивы, убеждения и комплексы, а также достоверно спрогнозировать его поведение.

ISBN 978-5-44-839338-9

© Филатов А. В.
© Издательские решения

Содержание

ПРОФАЙЛИНГ. КАК НАУЧИТЬСЯ РАЗБИРАТЬСЯ В ЛЮДЯХ И ПРОГНОЗИРОВАТЬ ИХ ПОВЕДЕНИЕ	9
ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА	10
КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КНИГОЙ	11
ПРОФАЙЛИНГ: ПЕРВОЕ ЗНАКОМСТВО	12
ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОФАЙЛИНГА	14
ГЛАВА 1	16
Метапрограммы: детализация паттернов	18
ГЛАВА 2	19
Мотивация ОТ	20
Внешний вид и окружение	21
Образ жизни и характерное поведение	22
Способности и навыки	23
Ценности и критерии	24
Базовые убеждения картины мира	25
Речевые паттерны и лингвистика	26
Невербальные проявления	27
Стереотипы мышления	28
Личностные качества, характерные для метапрограммы «Мотивации ОТ»	29
Влияние на личные и семейные отношения	30
Склонность к риску и лояльность	31
Профессии и трудовая деятельность	32
Адаптационные механизмы и сублимация	33
Факторы адаптации в профессиональной деятельности	34
Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности	35
Пример из литературы	36
Рекламные слоганы и бренды	37
Подстройка и ведение. Вопросы, на которые человек с Мотивацией ОТ хочет получить ответы	38
Итоги	39
«Минусы» Мотивации ОТ	40
«Плюсы» Мотивации ОТ	41
Мотивация К	42
Внешний вид и окружение	43
Образ жизни и характерное поведение	44
Способности и навыки	45
Ценности и критерии	46
Базовые убеждения картины мира	47
Речевые паттерны и лингвистика	48
Невербальные проявления	49
Стереотипы мышления	50
Личностные качества, характерные для метапрограммы «Мотивация К»	51
Влияние на личные и семейные отношения	52
Склонность к риску и лояльность	53

Профессии и трудовая деятельность	54
Адаптационные механизмы и сублимация	55
Факторы адаптации в профессиональной деятельности	56
Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности	57
Пример из литературы	58
Рекламные слоганы и бренды	59
Подстройка и ведение	60
Итоги	61
«Минусы» Мотивации К	62
«Плюсы» Мотивации К	63
Метапрограмма мотивации	64
ГЛАВА 3	66
Внешняя Референция	67
Внешний вид и окружение	68
Образ жизни и характерное поведение	69
Способности и навыки	70
Ценности и критерии	71
Базовые убеждения картины мира	72
Речевые паттерны и лингвистика	73
Невербальные характеристики	74
Стереотипы мышления	75
Личностные качества, характерные для метапрограммы	76
«Внешняя референция»	
Влияние на личные и семейные отношения	77
Склонность к риску и лояльность	78
Профессии и трудовая деятельность	79
Адаптационные механизмы и сублимация	80
Факторы адаптации в профессиональной деятельности	81
Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности	82
Пример из литературы	83
Рекламные слоганы и бренды	84
Подстройка и ведение. Вопросы, на которые человек с «Внешней референцией»	85
Итоги	86
«Минусы» Внешней референции	87
«Плюсы» Внешней референции	88
Внутренняя Референция	89
Внешний вид и окружение	90
Образ жизни и характерное поведение	91
Способности и навыки	92
Ценности и критерии	93
Базовые убеждения картины мира	94
Речь и лингвистика	95
Невербальные характеристики	96
Стереотипы мышления	97
Личностные качества, характерные	98
Влияние на личные и семейные отношения	99
Склонность к риску и лояльность	100
Профессии и трудовая деятельность	101

Адаптационные механизмы и сублимация	102
Факторы адаптации и дезадаптации в профессиональной деятельности	103
Факторы адаптации в профессиональной деятельности	104
Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности	105
Пример из литературы	106
Рекламные слоганы и бренды	107
Подстройка и ведение. Вопросы, на которые человек с Внутренней референцией	109
Итоги	110
«Минусы» Внутренней референции	111
«Плюсы» Внутренней референции	112
Метапрограмма Референции	113
ГЛАВА 4	115
Рефлексия	116
Внешний вид и окружение	117
Образ жизни и характерное поведение	118
Способности и навыки	119
Ценности и критерии	120
Базовые убеждения картины мира	121
Речь и лингвистика	122
Невербальные характеристики	123
Стереотипы мышления	124
Личностные качества, характерные для метапрограммы «Рефлексия»	125
Влияние на личные и семейные отношения	126
Склонность к риску и лояльность	127
Профессии и трудовая деятельность	128
Адаптационные механизмы и сублимация	129
Факторы адаптации в профессиональной деятельности	130
Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности	131
Пример из литературы	132
Рекламные слоганы и бренды	133
Подстройка и ведение. Вопросы, на которые Рефлексивный человек. Хочет получить ответы	134
Итоги	135
«Минусы» Рефлексии	136
«Плюсы» Рефлексии	137
Активность	138
Внешний вид и окружение	139
Образ жизни и характерное поведение	140
Способности и навыки	141
Ценности и критерии	142
Базовые убеждения картины мира	143
Речь и лингвистика	144
Невербальные характеристики	145
Стереотипы мышления	146
Личностные качества, характерные для метапрограммы «Активный»	147

Влияние на личные и семейные отношения	148
Склонность к риску и лояльность	149
Профессии и трудовая деятельность	150
Адаптационные механизмы и сублимация	151
Конец ознакомительного фрагмента.	152

Профайлинг Как разбираться в людях и прогнозировать их поведение

Алексей Владимирович Филатов

© Алексей Владимирович Филатов, 2019

ISBN 978-5-4483-9338-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

ПРОФАЙЛИНГ. КАК НАУЧИТЬСЯ РАЗБИРАТЬСЯ В ЛЮДЯХ И ПРОГНОЗИРОВАТЬ ИХ ПОВЕДЕНИЕ

Книга, которую вы держите в руках, является результатом многолетней работы и практической деятельности. Она была бы невозможна, если на своем жизненном пути я бы не встретил важных, знаковых для меня людей, с которыми я имел удовольствие и честь когда-либо общаться, учиться, сотрудничать и работать в области профайлинга и смежных темах.

Автор выражает особую признательность своим ближайшим коллегам и друзьям, среди которых особо хочется выделить и поблагодарить:

Кукушкин Марк, Незнанов Николай, Бодалев Алексей и Дроздовский Юрий, чьи энергичность и энциклопедичность всегда были и будут для меня образцом и примером;

Пелехатый Михаил и Чекчурин Юрий, работа и сотрудничество с которыми не только многому меня научили, но и всегда были источником вдохновения;

Коровин Валерий, Неверова Татьяна и Баев Михаил, возможностью общаться с которыми на профессиональные темы я горжусь и дорожу;

Макаров Виктор и Пичугина Ольга – за поддержание моей мотивации в кропотливой писательской работе.

Я также выражаю глубокую благодарность всем своим ученикам, коллегам и учителям, которые прямо или косвенно участвовали в создании этой работы. Помню о вас всех и благодарю за совместную и плодотворную работу.

Филатов Алексей

ДЛЯ КОГО ЭТА КНИГА

Книга будет интересна широкому кругу читателей. Умение разбираться в людях и выстраивать с ними эффективную взаимовыгодную коммуникацию сегодня является одним из наиболее востребованных жизненных навыков. Большинство жизненных сложностей, неприятностей и конфликтов возникает на фоне взаимного непонимания между партнерами. Способность услышать и понять друг друга позволяет не только решать межличностные проблемы и настроить эффективное взаимодействие, но и заранее прогнозировать и предотвращать возможные сложности. Знания профайлинга будут полезны для:

1. Руководителей и управленцев. Управленческая коммуникация требует подробных знаний о том, на какую «кнопку» нужно нажать, чтобы сотрудник мотивированно делал то, что, по идее, он делать не хочет. Собственно, в этом и заключается искусство менеджмента. Профайлинг предоставит вам исключительные инструменты, позволяющие использовать самые тонкие струны мотивации ваших сотрудников для того, чтобы создать мотивированную, сплоченную и профессиональную команду, необходимую для достижения поставленных вами целей.

2. Кадровых работников и специалистов по обучению персонала. Профайлинг представляет собой практическую методику составления психологического портрета человека, что будет весьма полезно при проведении интервью, собеседовании, обучении и развитии талантов. Это позволит вам быстро увидеть потенциал сотрудника и развить его на благо компании, а значит, иметь лучшую профессиональную команду на рынке.

3. Собственников бизнеса и переговорщиков. Точное знание истинных мотивов и приоритетов ваших партнеров по бизнесу даст вам возможность заранее просчитать перспективность новых проектов и изначально понимать все возможные риски в области взаимодействия с партнерами. Если вы наперед будете знать намерения и уровень лояльности ваших партнеров, то сможете более прагматично оценивать новые и текущие проекты и не тратить зря время на тех людей, с которыми не по пути.

4. Полиграфологов и профайлеров. В книге впервые представлена полная модель составления метапрограммного профиля и его прикладного использования в практической деятельности. Эти знания значительно повысят качество вашей работы и позволят вам более эффективно проводить проверки и получение признания.

5. Психологов и коучей. Умение найти индивидуальный подход к каждому человеку, понимать основы его характера и актуальные ценности необходимо для любого практикующего психолога и коуча. Большинство внутриличностных проблем клиентов концентрируется вокруг сложных аспектов их характеров и инструментов их трансформации. Четкое понимание этих особенностей позволит вам более эффективно и просто решать задачи клиентов и быстро достигать желаемого результата.

6. Всем интересующихся профайлингом и пониманием людей. Если вам интересна тема прикладного профайлинга и «чтения людей» – эта книга станет для вас новым открытием, поскольку в ней представлена комплексная структура описания психологического портрета человека и показаны практические инструменты его использования.

Таким образом, эта книга будет полезной для всех, кто имеет прямое отношение к работе с «человеческим фактором» – фактором, который может превратить любое дело в удовольствие или муку. Знания, представленные в книге, позволят вам превратить безличностный человеческий фактор в эффективный и прибыльный человеческий капитал.

КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КНИГОЙ

В книге представлено наиболее полное и подробное описание метапрограмм – важнейшего инструмента профайлинга. Каждая глава посвящена одной метапрограмме – ее общей характеристике, влиянию на характер человека, его личные и профессиональные интересы, а также факторы адаптации и дезадаптации в профессии. В завершении книги раскрываются принципы составления комплексного метапрограммного профиля, а также основы его определения по внешнему виду человека и странице в социальной сети. Текст сопровождается понятными и доступными примерами и разъяснениями, которые позволяют объединить представленные в книге знания в технологию. Книга написана простым языком, к тому же для удобства читателей мы разместили словарь специальных терминов.

Вы можете начать чтение книги с любой главы, однако для общей интеграции мы рекомендуем завершать ее прочтение последней главой.

ПРОФАЙЛИНГ: ПЕРВОЕ ЗНАКОМСТВО

Профайлинг – это практическая методика «чтения людей», позволяющая быстро считать с человека его личностные характеристики и привычки, ценности, мотивы и убеждения, а также спрогнозировать его поведение в интересующем вас контексте или ситуации.

Инструменты профайлинга впервые стали использоваться специальными службами для решения задач составления психологического портрета преступника и прогнозирования его дальнейшего поведения. Однако в настоящее время профайлинг стал использоваться более широко и активно применяется в тех случаях, когда требуется быстрая оценка личности и ее основных характеристик для прикладного использования этих знаний в целях построения эффективной коммуникации.

Профилирование человека осуществляется на основе комплексной оценки его вербального и невербального поведения, что при правильной подготовке позволяет составить подробный психологический портрет человека, полностью отражающий все важнейшие аспекты его личности. Эта книга и посвящена тому, как научиться правильно создавать такой портрет, понимать людей, прогнозировать их поведение и умело использовать эти знания в коммуникации с ними. Для своих целей.

Сегодня прикладные технологии профайлинга успешно применяется там, где мы сталкиваемся с «человеческим фактором» – в кадровой работе: консалтинге, управлении, оценке, обучении и развитии персонала; в деловой коммуникации – продажах, переговорах и презентациях; в связях с общественностью и массовых коммуникациях, в создании отношений и семейной жизни. Знание психологического профиля позволяет найти индивидуальный подход к каждому человеку и предоставляет инструменты для влияния на его поведение, мотивацию и приоритеты. Профайлинг оказывает существенную помощь в оценке деловых и личностных качеств партнеров, их благонадежности и лояльности, истинных мотивов и планов. Важность такой информации невозможно переоценить, поскольку она позволит не только избежать ненужных ошибок и разочарований, но и в самом начале четко понимать перспективы сотрудничества с тем или иным партнером. Успех в бизнесе во многом зависит от того, насколько вы умеете устанавливать партнерский контакт с интересующим вас человеком. Согласитесь, что деловой человек, хорошо разбирающийся в людях и умеющий наперед понимать и прогнозировать их поступки, безусловно, в своей практической работе будет иметь весомые преимущества перед остальными.

Не менее важным является направление профайлинга, ориентированное на изучение индивидуальной психологической совместимости людей и целых коллективов. Дружеские или более близкие отношения между людьми всегда нуждаются в особом внимании и понимании, ведь именно они порой доставляют так много хлопот и удовольствия. При этом близкие отношения неизбежно завершатся, если их стороны перестанут слышать и понимать друг друга. С помощью инструментов профайлинга вы сможете не только сохранить ваши личные отношения от ссор и недопонимания, но и получать от них гораздо больше удовлетворения, чем раньше.

Технологии профайлинга также могут быть направлены не только на окружающих вас людей, но и на самого себя. За годы практики мы сотни раз сталкивались с людьми, которые совершенно не могли понять самих себя! Это означает не только, что они не знают своих сильных и слабых сторон, но и то, что порой они даже не понимают причин своих поступков, а значит – собственных жизненных приоритетов. Психология говорит, что в какой-то момент это приведет к личностному кризису, потере интереса к жизни и разочарованию во всем. С другой стороны, умение понять себя, свой характер, привычки, приоритеты и цели, а также знать, как

на это повлиять, может быть весомым подспорьем в формировании собственных правильных и эффективных жизненных стратегий.

Огромное значение в настоящее время приобретают цифровые технологии профайлинга – все чаще появляются весьма интересные электронные решения, помогающие считывать информацию с человека и/или контента о нем и анализирующие эмоции, личностные качества, характер, темперамент и многое другое. С каждым годом таких решений становится все больше и больше и их качество существенно улучшается до той степени, что уже через несколько лет мы будем иметь программы качественно составляющие профиль человека и дающие рекомендации по коммуникации с ним.

Подводя итоги, мы еще раз широту практического применения профайлинга в деловой коммуникации. Знания профайлинга помогут не только увеличить эффективность деловой коммуникации с партнерами, личного общения с близкими людьми, но и лучше понимать собственные мотивы и отличия.

Таким образом, мировоззренческие установки профайлинга великолепно описываются бессмертной фразой великого китайского полководца Сунь Цзы: «Если ты знаешь своих врагов и знаешь себя, ты можешь победить в сотнях сражений без единого поражения. Если ты знаешь себя, но не знаешь своего оппонента, ты можешь как победить, так и получить поражение. Если ты не знаешь ни себя, ни своего врага, ты всегда будешь создавать для себя опасности».

А теперь пришло время познакомиться поближе.

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОФАЙЛИНГА

Профайлинг является хорошо структурированной дисциплиной с собственным инструментарием и технологиями. Качество использования этих инструментов во многом зависит от двух моментов – наблюдательности и умения делать выводы из собранной информации. Поскольку в профайлинге информация о человеке чаще всего собирается в ходе непосредственного общения с ним, профайлер – человек, осуществляющий профайлинг, должен быть очень внимательным к внешним проявлениям и действиям своих партнеров по общению. Однако сами по себе сведения о том, как интересующий вас человек ведет себя там, где вы уже с ним общаетесь, мало что может вам дать, если вы не умеете на основе этой информации строить прогнозы его поведения в интересующей вас ситуации.

Итак, обобщенно весь инструментарий профайлинга можно разделить на три составляющих:

- А) Оценка невербального поведения человека.
- Б) Оценка вербального поведения человека.
- В) Оценка особенностей контекста, в котором происходит профилирование, и факторов, оказывающих влияние на него.

Для того чтобы составить профиль человека, профайлеру будет вполне достаточно анализа его вербального и невербального поведения. Полный профиль раскрывает информацию почти обо всех аспектах жизни и содержит в себе следующие сведения:

- Индивидуальные привычки мышления, поведения и восприятия информации с прогностикой поведения человека в значимых контекстах и ситуациях.
- Список базовых личностных качеств и актуальных для него ценностей.
- Эмоциональный профиль личности: какие события будут его эмоционально задевать, а какие – нет. Что его «цепляет» и «раскачивает» на эмоции? В какие эмоциональные переживания он больше склонен погружаться? Каковы его «рабочие» эмоциональные состояния?
- Развернутое описание картины мира человека и его убеждений. То, во что он верит, и то, в чем сомневается. Основные верования и предрассудки, которые влияют на его ежедневную деятельность и интересы.
- Его актуальные цели и привычные способы их достижения. Какие у него истинные цели и отличаются ли они от заявленных?
- Привычные стратегии лжи и сокрытия информации. Как человек обманывает других и не обманывает ли он вас?
- Особенности характера человека, его основные и второстепенные свойства. Какой он на самом деле и как представляется в обществе? Его основные внутриличностные конфликты и комплексы, а также как и где они проявляются.
- Привычные способы принятия решений, обучения, самомотивации и творчества. Как он будет вести себя в конфликтных ситуациях?
- Ведущие стратегии создания и поддержания личных и профессиональных отношений.
- Уровень лояльности и факторы риска. Насколько он лоялен системе, в которой существует, и что нужно сделать, чтобы он из нее ушел?
- Перспективы его профессиональной деятельности в интересующей вас области. Профессиональный потенциал и карьерные перспективы.

Как мы видим, список достаточно длинный и отражает широкий спектр вопросов, который может интересовать современного человека. Однако думая о своих близких, почти каждый задавал себе вопросы из этого списка и отвечал на них в силу собственного опыта и ком-

петенции. Теперь, с технологиями профайлинга, ваши ответы на эти вопросы будут полными и точными.

Для того чтобы ответить на эти вопросы, нам нужно знать **основные инструменты профайлинга**, среди которых особое внимание заслуживают следующие:

Метапрограммы – основные фильтры внимания, определяющие наши привычки мышления и поведения. Они отражают в себе особенности картины мира, убеждений, личностных качеств и основных стратегий и навыков человека – принятия решений, мотивации, обучения, творчества, построения личных отношений. Комплексный метапрограммный профиль позволяет создать подробный психологический портрет человека с рекомендациями по развитию и управлению человеком. Именно искусству определения метапрограмм и будет посвящена эта книга.

Эмоциональное профилирование – определение ведущих эмоциональных реакций человека и их влияния на него. Эмоции всегда связаны с ценностями и убеждениями человека, поэтому, правильно определив эмоциональную реакцию и состояние партнера, вы сможете точно понимать его ценностные приоритеты и стратегии их достижения. Эмоциональному профилированию и его прикладному использованию в деловой коммуникации посвящен второй том «Энциклопедии профайлинга».

Пирамида ценностей и актуальных целей – поведение человека направленно на реализацию его актуальных ценностей и целей. Если они у вас и вашего партнера схожи, то сотрудничество с ним будет складываться благоприятно. Если наоборот, то лучше даже не тратить время. Однако чаще люди либо их не осознают, либо скрывают. Третья книга посвящена методам выявления истинных намерений и целей человека и инструментам влияния на них.

Характер и его маски – самопрезентация человека часто отличается от того, каким он является на самом деле. В профайлинге имеются технологии, позволяющие отбросить привычные маски и четко понимать, что является правдой, а что наносным. Этому посвящена наша четвертая книга, которая научит вас видеть человека «насквозь» и уверенно отличать социальные роли и маски от его внутренних ориентиров.

Лингвистический и пресуппозиционный анализ речи – является чуть более кропотливой работой, но его результат позволяет описать образ мышления человека, а значит, понять его таланты и уязвимые стороны, устойчивую предрасположенность к решению одного класса проблем и созданию другого, а также выявить его основные жизненные сценарии и установки. Этому посвящена наша пятая книга из серии «Энциклопедия профайлинга».

ГЛАВА 1

ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ И ПРИКЛАДНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТАПРОГРАММ

Каждый верификатор и профайлер, конечно, имеет общее представление о метапрограммах, однако, по нашим наблюдениям, эти представления бывают не только слишком разнообразны, но и достаточно расплывчаты и неточны. Между тем, при правильном определении метапрограммы могут значительно повысить эффективность деятельности верификатора и усилить точность психологического профиля интересующей профайлера личности.

До того как переходить к подробному описанию паттернов метапрограмм, предлагаем читателю слегка углубиться в историю появления самой концепции метапрограмм: ее знание позволит более правильно понимать суть данного феномена. После этого мы представим вашему вниманию полное описание всех метапрограммных полюсов, а также расскажем и покажем их прикладное значение в профилировании личности. Более того, представленная в книге схема описания метапрограмм в таком полном виде ранее нигде не публиковалась.

В 1957 году Ноам Хомский в своей работе по трансформационной грамматике, посвященной процессу восприятия, модификации и передачи человеком информации, убедительно доказал, что человек не имеет возможности непосредственно передавать свой опыт (информацию) другому. Когда люди рассказывают друг другу о своем опыте, они не в состоянии передать его в полном объеме и без изменений. Они могут только представить «карту» или «контур» этого опыта, что составляет лишь часть переживаний и ощущений. Механизм создания этих «карт» в целом одинаков у всего человечества, однако каждый индивидуум, создавая «карты» опыта, имеет свои собственные особенности в рамках общего механизма. Индивидуальные особенности создания и передачи «карт» опыта, по Хомскому, и являются ключом к пониманию психики, мышления, а значит, и поведения человека. Сам же термин «метапрограмма» появился в начале 1980-х годов в результате развития идей Хомского в рамках появившегося в те годы нейролингвистического программирования (НЛП) – нового направления, задачей которого являлось создание моделей описания и изменения субъективного опыта человека. В то время программами в НЛП называли все мыслительные паттерны, приводящие к заранее понятному и прогнозируемому поведению. Метапрограммами стали называть стратегии, контролирующие эти паттерны, понимая под ними именно те индивидуальные механизмы, которые управляют созданием «карт» опыта в терминологии Хомского. Уже скоро в англоязычной литературе и практике метапрограммы получили очень широкое применение – от использования в повседневной коммуникации и психотерапии до переговоров и кадрового консалтинга. Особую известность в кадровом консалтинге и психодиагностике персонала приобрела методика LAB-profile (Language And Behavior profile) – психодиагностическая модель, разработанная Роджером Бэйли в 1986 году. Фактически методика состояла в определении метапрограммного профиля личности на основе ее речевых и поведенческих паттернов применительно к профессиональной сфере деятельности. В свое время LAB-profile первой дала толчок интенсивному развитию прикладной психодиагностики и психотипологии персонала в англоязычном мире, породив значительное количество похожих методик, правда, так и не став популярной в России. Сейчас за рубежом методика Роджера Бэйли имеет остаточную популярность при более интенсивном распространении в России. Далее лидерство в эстафете прикладного использования метапрограмм в психодиагностике перешло к компании CDA Consulting и ее основным партнерам в разработке современных психодиагностических методик – всемирно известным компаниям в этой области CEB SHL Talent Measurement и CMI Maintenance.

В зависимости от продуктов и их версий известные диагностические методики LAB-profile, CDA Consulting, СЕВ SHL и CMI Maintenance определяют и типологизируют исследуемых по нескольким метапрограммным профилям, и дают рекомендации относительно мотивации, управления и индивидуальных особенностей их характера. Близкое знакомство с этими методиками, при всем их великолепии, рождает критические замечания относительно не совсем четкого описания метапрограммных локусов при их некоторой критериальной неопределенности. В итоге и стало актуальным создание полного и четкого описания каждого локуса метапрограмм с их критериально точным описанием.

Решая эту задачу, в рамках этой книги мы **впервые предложим** вашему вниманию **детализированную структуру описания метапрограмм**, приведем пример такого описания и представим прикладные модели использования метапрограмм в профайлинге.

Метапрограммы: детализация паттернов

Обращаясь к первоначальному определению того, что такое метапрограммы, мы говорили, что это – **основные принципы, с помощью которых человеческий мозг создает «карты» территорий** (или первоначального опыта). В современном понимании **метапрограммы – это базовые фильтры восприятия человека и фокусирования его внимания, которые применяются ко всему спектру опыта и определяют образ мышления, актуальные ценностные ориентации, личностные качества, стереотипное поведение, привычки и, соответственно, принципы и образ жизни**. Каждая метапрограмма имеет два или более выбора, которые направляют внимание на альтернативные аспекты территории и формируют избирательное развитие определенных личностных качеств, ценностей и поведенческих и мыслительных стереотипов. Таким образом, зная метапрограммный профиль человека, мы имеем возможность оценить не только стратегии его поведения, как это делается в LAB-Profile и некоторых инструментах CEB SHL, но и, что крайне важно, его индивидуальные ценностные ориентации и личностные качества. При этом **инструментарий оценки индивидуальных ценностей и личностных качеств по метапрограммам имеет убедительное и доказательное основание**, а не ориентируется на необоснованное теоретизирование и предположения. Мы до сих пор не встречали описания и упоминания этого инструментария в литературе, поэтому нам крайне приятно и волнительно познакомить вас с этой новинкой.

С нашей точки зрения, описывать метапрограммы полезно, опираясь на концепцию логических уровней, позволяющей комплексно и детально изучить и структурировать элементы субъективного опыта. Чтобы более детально описать проявление метапрограмм, мы несколько модифицировали и дополнили эту модель, оставив ее основу без принципиальных корректировок.

ГЛАВА 2

МЕТАПРОГРАММА МОТИВАЦИИ

Один из самых известных паттернов метапрограмм описывает персональную структуру мотивации и имеет два полюса: **Мотивация ОТ** и **Мотивация К**.

Эта метапрограмма описывает структуру мотивации человека к действию в большинстве контекстов, кроме:

- А) действий, от которых человек субъективно получает удовольствие;
- Б) действий, жизненно необходимых.

Действия, от которых человек получает удовольствие, в любом случае будут иметь направленность на «Мотивацию К», и в таких случаях, скорее, более актуально говорить не о мотивации к получению удовольствия, а о волевой регуляции данного желания и управлении его реализации. Если кому-то нравится есть шоколад, то наверняка нет необходимости дополнительно мотивировать себя на то, чтобы съесть очередную конфету, но есть потребность сбалансировать в данном контексте собственную «Мотивацию К» добавлением «Мотивации ОТ», чтобы четче понимать возможные негативные последствия чрезмерного употребления шоколада. При осуществлении жизненно необходимых действий на нашу мотивацию влияет эволюционная составляющая, которая заставляет человека выполнять такие действия в первую очередь.

Таким образом, данная метапрограмма характеризует мотивацию к тем действиям, которые не подпадают под вышеуказанные критерии; а таких действий большинство.

Рассмотрим более подробно каждый полюс метапрограммы мотивации.

Мотивация ОТ

Общая характеристика. Человек мотивируется предполагаемыми **негативными последствиями своего бездействия**. Прежде чем совершить то или иное действие, необходимо представить, а значит, некоторым образом ассоциироваться с пониманием того, как будет плохо, если ситуация не изменится. Это люди, которые начинают двигаться и действовать в том случае, если хотят от чего-то уйти. Им не нравится то, что происходит в настоящий момент, и они стремятся это исправить. Однако когда события ими воспринимаются более-менее хорошо, они могут ничего не делать. Люди с метапрограммой «Мотивация ОТ» имеют крайне важную особенность целеполагания: для них гораздо важнее уйти от проблем, чем прийти к решению. **В результате серьезно страдает долгосрочная целеустремленность**: тактические цели реализуются достаточно быстро и просто, а долгосрочных целей либо нет, либо они не достигаются из-за высокой отвлекаемости на новые угрозы.

На бытовом уровне «Мотивацию ОТ» называют мотивацией «кнутом» или «наказанием».

Внешний вид и окружение

В зависимости от выраженности метапрограммы внешний вид и обстановка базового окружения оценивается с точки зрения следующих критериев: «не мешает и не стесняет», «не требует дополнительных действий и усилий для пользователя», «не усложняет», «не бросается в глаза» либо подчеркивает протест и несогласие с установленными правилами.

Предпочитаемый стиль в одежде – casual, спортивный, повседневный, military, преимущественно темных, неярких тонов с широкой контекстуальной функциональностью без аксессуаров. **На незначительные дефекты и недостатки в одежде и внешнем виде человек с «Мотивацией ОТ» внимания не обращает.**

Домашняя и рабочая (офисная) обстановка имеет тенденцию к хаотичному использованию пространства, чрезмерно долгому хранению вещей и накопительству, длительно беспорядочному расположению предметов частого использования (канцелярия, одежда, бытовые предметы, посуда и пр.), невнимательному отношению и нетребовательностью к чистоте.

Образ жизни и характерное поведение

Общение с людьми, участие в актуальных событиях и ситуациях мотивируется предположением негативных последствий его отсутствия – исходя из установки, что участие в событиях «менее вредно и неприятно», чем неучастие и отсутствие общения. «Если я этого не сделаю, то будет хуже».

Образ жизни человека с «Мотивацией ОТ» имеет тенденцию к ограничению контактов, сфер деятельности, интересов, событий. Поскольку его картина мира предполагает четкое разделение на «своих и чужих», «правильное и неправильное», «черное и белое», характерно агрессивно-защитное поведение, ограничения, отстраненность, некоторая холодность по отношению к новому опыту и исследованиям.

Получаемое образование часто традиционно, консервативно, не предполагает престижности и новых не устоявшихся профессий и сфер деятельности.

Выбор основной деятельности основывается на предпочтении профессий с контролирующей, устраняющей, защитной, исправляющей и анализирующей функцией.

Способности и навыки

Принятие решений заключается в максимально продолжительном избегании любого решения и интенсивных действиях по его реализации только при непосредственной близости дедлайна. Проще говоря, «Пока гром не грянет, мужик не перекрестится».

Память. Основные воспоминания и жизненные этапы концентрируются вокруг неприятных событий. Запоминанию информации сильно способствуют мысли о негативных последствиях потери опыта: из-за этого **человек с «Мотивацией ОТ» редко несколько раз наступит на одни и те же грабли**, предпочитая на корню избегать всего, что может снова к ним привести.

Мотивация: комфортная и ресурсная ситуация является демотивирующим фактором. Чем более комфортна окружающая обстановка и внутренне психологически более ресурсна, тем ниже мотивация. **Мотивирует преодоление препятствий, субъективное понимание необходимости (а не желательности) действий.**

Творчество: наиболее продуктивное творческое состояние – состояние стресса, сомнений, дискомфорта и легкой тревоги. Творчество способствует декорпорации негативных переживаний и выплескиванию их наружу. Творческий кризис – следствие «рутинно праздной» жизни.

Конфликт. Человек вступает в конфликт преимущественно из-за того, что попадает в ситуацию нарастания «негатива» и проблем. Конфликт – это способ избежать дополнительных проблем либо минимизировать их проявление. Прямой конфликт предпочтительней скрытого, при этом после разрешения конфликта отношения между конфликтовавшими сторонами вряд ли может быть восстановлено до прежнего уровня.

Ценности и критерии

Ценности имеют тенденцию к традиционности и консерватизму. Среди них: безопасность, простота, дисциплина, долг, жизнеспособность, исполнительность, качество, контроль, независимость, обходительность, опыт, почтение, ответственность, перфекционизм, постоянство, репутация, этика, экономия, семья, уединение, скрытность, стабильность, традиционность, умеренность.

Базовые убеждения картины мира

Профилактика лучше лечения.

Нужно всегда иметь запасы и быть готовым к «черной полосе» в жизни.

Мой дом – моя крепость: вы должны позаботиться о тылах.

Мы должны это сделать, чтобы не стало хуже.

Лучше синица в руках, чем журавль в небе.

От добра добра не ищут.

Семь раз отмерь, потом еще семь раз отмерь, и только потом – один раз отрежь.

Мир несправедлив, поэтому всегда нужно быть готовым к худшему.

У верблюда два горба, потому что жизнь – борьба.

Не надо никуда идти – нам там рады не будут.

Просто так ничего не бывает: если ты не видишь подвоха, то не факт, что его нет.

Бесплатный сыр только в мышеловке: заманчивые предложения – обман, нельзя на них вестись.

Цель слишком часто не оправдывает средства, потраченные на ее достижение.

Не верь, не бойся, не проси.

Речевые паттерны и лингвистика

В речи часто используются:

- **негативные конструкции предложений с частицей «не»;**
 - слова с коннотациями необходимости (нужно – не нужно), долженствования (должны – не должны) и обязательств (обязан – не обязан);
 - сравнительные степени с негативной коннотацией «не хуже», «не плохо», «не меньше», «незначительно»;
 - проблемные формулировки и номинализации (проблема, сложность, затруднение и пр.);
 - глаголы с негативной окраской (избежать, избавиться, исключить, выбросить, помешать и пр.);
 - частые ссылки на негативный опыт и прошлое время;
 - критичные высказывания и скепсис по поводу актуальных задач, планов и решений.

Невербальные проявления

Лицо редко выглядит и бывает расслабленным. Частые напряжения в области бровей, подбородка, затылочных мышц и мышц шеи. Основные эмоции: печаль, гнев, отвращение.

Общий гипертонус мышц-сгибателей.

Жестикуляция чаще резкая, направлена к центру (центростремительная), подчеркивает отстраненность, защиту и осторожность. При разговоре может отклоняться назад или стоять неподвижно. Сближает (нарушает) дистанцию только при эмоциональном напряжении и агрессии.

Стереотипы мышления

Испытывает сложности при целеполагании, планировании и реализации поставленных долгосрочных целей. Формулирует цели негативно: «я не хочу», что способствует нарушению дедлайнов, периодическому возникновению форс-мажоров и авралов.

Планирование подчеркнуто пессимистическое и консервативное. Юмор – подчеркнуто черный.

Личностные качества, характерные для метапрограммы «Мотивации ОТ»

Приведенные характеристики метапрограммы «Мотивация ОТ», как мы видим, достаточно детально описывают не только предпочитаемый внешний вид и поведение человека, но и основные стратегии, ценности и образ мышления, а значит, усиливают формирование определенных личностных качеств, интенсивность проявления которых зависит степени выраженности «Мотивации ОТ».

Для легкой степени выраженности метапрограммы «Мотивация ОТ» характерны следующие личностные качества: брезгливый, воспитанный, задумчивый, интеллигентный, ироничный, настороженный, неуверенный, неуравновешенный, обходительный, опечаленный, осторожный, пессимистичный, подозрительный, рассудительный, скромный, совестливый, тактичный, тревожный, тщательный, предусмотрительный, учтивый.

Для средней степени: бдительный, беспокойный, ворчливый, вспыльчивый, грустный, директивный, закомплексованный, замкнутый, застенчивый, консервативный, меланхоличный, недоверчивый, обидчивый, огорченный, ответственный, откровенный, педантичный, пошлый, раздражительный, ревнивый, серьезный, строгий, суровый, традиционный, суеверный, пассивный.

Для значительной степени: агрессивный, гневный, грубый, деспотичный, жестокий, злой, контролирующий, конфликтный, критичный, негативный, угрюмый, ожесточенный, принципиальный, скептический, циничный, язвительный, яростный.

Таким образом, некоторая интеллигентность, тщательность и обходительность связана с незначительной выраженностью «Мотивации ОТ». Замкнутость, педантичность и раздражительность – со средней степенью. Агрессивность, деспотичность и критицизм – со значительной степенью выраженности «Мотивации ОТ». Не менее интересным покажется тот факт, что **большинство перечисленных личностных качеств относятся, как говорится, к «одной корзине»**. То есть если мы видим скромного человека, то вправе предположить, что он одновременно с этим будет в значительной степени интеллигентным, воспитанным, брезгливым, пессимистичным, осторожным и т. д. Ворчливый человек в той или иной степени будет бдительным, директивным, недоверчивым, ответственным, откровенным, педантичным и т. д. Если мы видим в значительной степени циничного человека, то весьма вероятно, что он вдобавок к этому будет агрессивным, деспотичным, критичным и принципиальным. То есть **по степени выраженности метапрограммы «Мотивация ОТ» можно судить об определенных личностных качествах человека и, наоборот, по личностным качествам – о выраженности его метапрограммы «Мотивация ОТ»**.

Влияние на личные и семейные отношения

Данный метапрограммный полюс накладывает отпечаток на способ возникновения и поддержания личных отношений. Полностью его обобщить и свести к единственно правильному паттерну не представляется возможным. Тем не менее **значительное влияние в построении отношений оказывает предыдущий опыт и стремление избежать его ошибок.** Это будет не только ограничивать круг общения, но и препятствовать его развитию. Поэтому при задаче создания отношений с таким человеком важно дистанцироваться от сходных паттернов его предыдущих отношений и ненавязчиво пристраивать новые элементы.

Внимание на поддержание уже созданных отношений у людей с метапрограммным полюсом «Мотивация ОТ» обращается при возникновении каких-либо «внештатных» ситуаций или появлении сложностей и значимого непонимания между партнерами. В остальных случаях отношения по умолчанию считаются «нормальными», а значит, не требуют особого внимания и напряжения.

Склонность к риску и лояльность

Спонтанно не рискуют и не стремятся к риску. Если и рискуют, то риски всегда просчитаны и имеются пути «отступления» и запасные варианты на случай провала. При прочих равных условиях, по сравнению с людьми с «Мотивацией К» в гораздо большей степени лояльны. Уровень лояльности начинает пересматриваться в случае, если она создает значительно большие проблемы и сложности, чем переключение на другой паттерн или систему.

Профессии и трудовая деятельность

«Мотивация ОТ» проявляется в тяготении к профессиям и трудовой деятельности с контролирующими, устраняющими, защитными, исправляющими и анализирующими задачами.

Силовые профессии: полиция, военные, пожарные, МЧС, охрана.

Помогающие профессии: врач, юрист, страховщик.

Аналитические профессии: бухгалтер, экономист, трейдер, аналитик, контролер.

В случае, когда была выбрана другая профессия и сфера деятельности, в ее рамках личность с ведущей «Мотивацией ОТ» постарается больше концентрироваться на вышеперечисленных функциях и нишах.

Адаптационные механизмы и сублимация

В случае попадания в непривычную обстановку, требующую яркого проявления противоположного полюса метапрограммы – «Мотивации К», у человека с «Мотивацией ОТ» включаются адаптационные механизмы. Это приводит к утрированному и усиленному проявлению поведения с контролируемыми, устраняющими, защитными, исправляющими и анализирующими функциями в рамках контекста и деятельности.

Например, бывший полицейский со средневыраженной метапрограммой «Мотивация ОТ» попадает на позицию среднего уровня в fashion-индустрию, характеризующуюся «Мотивацией К». Это, конечно, редкий случай, но всё может быть. Особенности мышления, характера и поведения даже без внешней помощи направят его на деятельность с контролируемыми и защитными задачами. Он будет активно участвовать в создании инструментов защиты прав и интересов работников fashion-индустрии и контролировать их реализацию.

Факторы адаптации в профессиональной деятельности

1. Ситуации и условия, не ставящие под сомнение привычный ход событий и не вносящие коррективы в планы.
2. Ситуации с понятными критериями оценки и анализа. Отсутствие двусмысленности в сообщениях.
3. Возможность сохранения иерархии, дистанции в коммуникации при отстраненности от последствий деятельности.

Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности

1. Хаотизация, частая сменяемость раздражителей и появление новых.
2. Ситуация неопределенности, в которой одна и та же информация может трактоваться в нескольких взаимоисключающих друг друга вариантах.
3. События, требующие полной вовлеченности в общение и коммуникацию, отсутствие четких приоритетов в деятельности.

Пример из литературы

Одним из лучших описаний метапрограммы «Мотивация ОТ» в литературе является отрывок из первого тома «Войны и мира» про князя А. Болконского.

...На краю дороги стоял дуб. Он был, вероятно, в десять раз старше берёз, составлявших лес, в десять раз толще и в два раза выше каждой берёзы. Это был огромный, в два обхвата дуб, с обломанными суками и корой, заросшей старыми болячками. С огромными, неуклюже, несимметрично растопыренными корявыми руками и пальцами, он старым, сердитым и презрительным уродом стоял между улыбающимися берёзами. Только он один не хотел подчиниться обаянию весны и не хотел видеть ни весны, ни солнца.

Этот дуб как будто говорил: «Весна, и любовь, и счастье! И как не надоест вам всем один и тот же глупый, бессмысленный обман! Всё одно и то же, и всё обман! Нет ни весны, ни солнца, ни счастья. Вон смотрите, сидят задавленные мертвые ели, всегда одинокие, и вон я растопырил свои обломанные, ободранные пальцы, выросшие из спины, из боков – где попало. Как выросли – так и стою, и не верю вашим надеждам и обманам».

Князь Андрей несколько раз оглянулся на этот дуб, проезжая по лесу. Цветы и трава были и под дубом, но он, всё так же хмурый, неподвижный, уродливый и упорный, стоял посреди них.

«Да, он прав, тысячу раз прав этот дуб, – думал князь Андрей. – Пускай другие, молодые, вновь поддаются на этот обман, а мы знаем: наша жизнь кончена!» Целый ряд мыслей, безнадежных, но грустно-приятных, в связи с этим дубом возник в душе князя Андрея. Во время этого путешествия он как будто вновь обдумал всю свою жизнь и пришёл к тому же успокоительному и безнадежному заключению, что ему начинать ничего было не надо, что он должен доживать свою жизнь, не делая зла, не тревожась и ничего не желая...

Л. Н. Толстой, «Война и мир»

Рекламные слоганы и бренды

Метапрограммы проявляются не только в повседневной и деловой межличностной коммуникации, но и в коммуникациях между системами, в том числе и в бизнес-контекстах. Одним из интересных с этой точки зрения моментов является метапрограммное профилирование брендов и их слоганов. Не будем вдаваться в подробности брендинга, но общеизвестным является тот факт, что **слоган и бренд должны отображать мировоззрение целевой аудитории**. Поэтому брендинг с использованием метапрограммы «Мотивация ОТ» специфически и направленно позиционирует компанию и ее коммерческое предложение в описанную нами область. Приведем примеры удачного и не очень брендинга с использованием паттернов «Мотивации ОТ».

Всё по-честному! Автосалон «Ростокино-Лада», Москва.

Мы вас не бросим! «Лада Фаворит», Москва.

Насекомым вход воспрещен! Фумитокс.

Ничего лишнего. Только воздух. Кондиционеры Hitachi

У нас нет постоянных читателей. Газета по трудоустройству «Работа сегодня».

Не откладывай жизнь на завтра! Потребительские кредиты для частных лиц банка «Русский Стандарт».

Легких путей не ищем! Водка «Путинка».

Мезим. Для желудка незаменим! Мезим.

Непогода – наш профиль! Обувь Lowa.

Отдых без забот! Аквилон Тревел.

Для тех, кто не стесняется экономить на наружной рекламе. АТОР, outdoor сервис.

Мы бьёмся за каждого клиента! Такси «Сатурн».

Не врать и не бояться! В. Жириновский.

Купи еды в последний раз! Б. Ельцин.

Не доводите до греха – снижайте цены ЖКХ! «Справедливая Россия».

Мы ничего не обещаем. Мы гарантируем. Рено Логан.

Подстройка и ведение. Вопросы, на которые человек с Мотивацией ОТ хочет получить ответы

Современная психологическая наука говорит о том, что **эффективная коммуникация чаще всего начинается в парадигме картины мира клиента** (объекта коммуникации). Это приводит к тому, что субъект коммуникации становится более восприимчивым к дальнейшим изменениям и манипуляциям. Психологи называют этот механизм подстройкой и ведением: в идеале сначала коммуникатор подстраивается (подстройка) к значимым элементам картины мира объекта, а после этого плавно изменяет (ведение) коммуникацию в нужную для него сторону.

Исходя из этой концепции, для того чтобы подстроиться к человеку с ведущей метапрограммой «Мотивация ОТ», коммуникатору необходимо помочь ему ответить (или нейтрализовать аутонегатив объекта коммуникации) на следующие вопросы.

В чем конкретно заключается проблема?

Достаточно ли велика эта проблема, чтобы ее решать?

Как и чем эта проблема может мне угрожать?

Что будет, если я эту проблему не решу?

Что я (или кто-то другой) сделал не так, раз эта проблема появилась?

Кто виноват в этой проблеме? Почему она появилась? Кого нужно наказать?

Как в следующий раз предотвратить эту проблему?

Итоги

Подводя итоги описания метапрограммы «Мотивация ОТ», полезно еще раз подчеркнуть ее основные сильные и слабые стороны. Понимая их, можно более сознательно относиться к собственному характеру и целенаправленно развивать определенные характеристики, а также с большим пониманием относиться к окружающим нас людям.

«Минусы» Мотивации ОТ

1. Нересурсная картина мира, рассматривающая противостояние, конфронтацию и дискомфорт как неотъемлемую часть жизни.
2. Нестабильная мотивация с периодами значительных рывков и полным расслаблением. Страдает долгосрочная мотивация.
3. Недоверие к новому опыту и излишнее стремление к контролю, предсказуемости и замкнутости.
4. Постоянное внутреннее напряжение и поиск внешних угроз.
5. Неэффективное долгосрочное планирование и постановка целей.

«Плюсы» Мотивации ОТ

1. Четкая картина мира, предполагающая понятное разделение добра и зла, хорошего и плохого, правильного и неправильного.
2. Хорошая краткосрочная мотивация, не теряющая эффективность в неблагоприятных условиях, ситуациях форс-мажоров и авралов.
3. Высокие аналитические способности и уровень оценки рисков, хорошая информированность.
4. Высокая чувствительность к обратной связи и быстрая реакция на нее.
5. Ориентация на сохранение уже имеющегося, уважение традиций, порядков и законов.

Мотивация К

Общая характеристика. В целом характеристика метапрограммы «Мотивация К» противоположна «Мотивации ОТ». Тем не менее имеющиеся нюансы могут быть достаточно важными, поэтому опишем ее подробно.

Человек с метапрограммой «Мотивация К» мотивируется предполагаемыми позитивными последствиями своих действий и намерений. Для этого он осознанно или неосознанно представляет положительные результаты своей деятельности, ассоциируется с ними и после этого предпринимает действия по реализации задуманного. «Мотивация К» предполагает, что человек начинает двигаться к цели в том случае, если понимает, что ее реализация принесет ему ощутимую пользу. Такие люди любят составлять планы (в том числе и долгосрочные), зачастую нереалистичные, мечтать и смаковать свои мечты, не всегда обращая внимание на окружающую обстановку и стартовые условия. Таким образом, особенность целеполагания человека с «Мотивацией К» заключается в большом количестве планов порой при их незначительной проработке и недостаточных действиях по их реализации.

На бытовом уровне «Мотивацию К» называют мотивацией «пряником» или «поощрением».

Внешний вид и окружение

В зависимости от выраженности метапрограммы внешний вид человека и обстановка его базового окружения оценивается им с точки зрения следующих критериев: «привлекает внимание, уникальна, необычна», «подчеркивает неоднозначность и многосторонность», «выделяет (-ся) на фоне других», «специфична и красива» либо опирается на минимализм и упорядоченность.

Предпочитаемый стиль в одежде – яркий, модный, привлекающий внимание, индивидуалистичный, броский, стильный и эпатажный. Одежда узкоконтекстуальна и, скорее, служит интересам красоты, стиля и эстетики, чем функциональности. Присутствует значительное количество аксессуаров (по крайней мере, они есть), которые не скрывают, а наоборот, – на них делается акцент. Незначительным дефектам и недостаткам в одежде и внешнем виде уделяется пристальное внимание.

Домашняя и рабочая (офисная) обстановка имеет тенденцию к упорядочению. Места «творческого беспорядка и хаоса» периодически качественно «зачищаются», не имеют склонности к расширению и к увеличению «продолжительности жизни». Личное пространство и вещи структурированы, предметы повседневного использования (канцелярия, одежда, бытовые предметы, посуда и пр.) имеют свое место.

Образ жизни и характерное поведение

Общение с людьми, участие в актуальных событиях и ситуациях мотивируется предположением его позитивных последствий: «Если я это сделаю, то будет лучше». Соответственно, имеется тенденция участвовать только в тех событиях, которые субъективно воспринимаются как «выгодные»: степень участия и вовлеченности человека с «Мотивацией К» в проект прямо зависит от того, насколько он считает его выгодным. Снижение этого участия свидетельствует о потере субъективного понимания выгоды либо о появлении более актуальных целей.

Образ жизни человека с «Мотивацией К» имеет тенденцию к росту количества контактов, общения, интересов и сфер деятельности. Картина мира предполагает интерес к новому, нестандартному, оригинальному, многосложному, неоднозначному опыту. В отношениях с людьми коммуникабелен, ценит творчество, креатив, драйв, не склонен к ограничениям и осторожности. Зачастую импульсивен и имеет «красивые зависимости».

Получаемое образование часто гуманитарное, направлено на взаимодействие с людьми, создание новых продуктов и взаимосвязей между ними, творческое, предполагает важность престижности и новых трендов.

Выбор основной деятельности основывается на предпочтении профессий с коммуникативной, творческой, организационной и коммерческой функцией.

Способности и навыки

Принятие решений заключается в быстром принятии решений и постепенном усилении интенсивности действий по реализации поставленной цели. При изменении субъективной значимости цели – полная остановка ее реализации и консервация.

Память. Основные воспоминания и жизненные этапы концентрируются вокруг приятных событий. Запоминанию получаемой информации способствуют мысли о важности ее применения в значимых контекстах, при этом негативный опыт имеет тенденцию к вытеснению, вследствие чего человек с «Мотивацией К» достаточно часто повторяет ошибки прошлого.

Мотивация. Стрессовая и напряженная обстановка является сильным демотивирующим фактором. Чем более некомфортна окружающая обстановка и чем внутренне психологически более нересурсна, тем ниже мотивация. **Мотивирует творчество, креатив, создание нового, субъективное понимание возможности и желания, а не необходимости и должностования.**

Творчество. Наиболее продуктивное творческое состояние – уверенность в собственных способностях, успехе и уникальности. Творчество способствует сохранению устойчивой самооценки и закреплению ресурсного состояния. Творческий кризис – следствие длительной «черной полосы» жизни, наложившейся на снижение уверенности в собственной уникальности и успехе.

Конфликт. Вступление в конфликт происходит при субъективном понимании того, что он упускает (он хочет получить, но ему кто-то мешает) определенные выгоды, на которые уже рассчитывал. Конфликт в большей степени связан с приобретением выгод, а не их защитой. Часто открытый конфликт заменяется опосредованным – интригами, сплетнями и косвенными конфликтными действиями.

Ценности и критерии

Ценности имеют тенденцию, направленную на творчество и коммуникацию. Среди них: азарт, амбиции, вдохновение, веселье, власть, гибкость, жизнерадостность, известность, индивидуальность, инициатива, лидерство, наглость, находчивость, общительность, оригинальность, отдых, проактивность, разнообразие, сексуальность, сила, стиль, творчество, удовольствие, успех, чувствительность, юмор.

Базовые убеждения картины мира

Я способен на большее, и поэтому заслуживаю большего.

Бери от жизни всё. Прямо сейчас.

Жизнь состоит не из проблем, а из их решений!

Если нельзя, но очень хочется, то можно!

Чтобы быть счастливым, надо верить, что ты счастливый!

Пришел, увидел, победил; выше, быстрее, сильнее.

Если быть, то в чем-то первым.

Если не можешь – значит, что не хочешь. Если хочешь – сделаешь.

Лучше меньше, да лучше.

Вижу цель – не вижу препятствий.

Ешь, молись, люби.

Если ты способен выдумать что-то, то ты способен это сделать.

Общение, коммуникация и юмор – универсальное решение всех проблем.

Всегда будь готов к приятной неожиданности!

Цель оправдывает средства.

Речевые паттерны и лингвистика

В речи часто используются:

- **положительные конструкции предложений, без частицы «не»** ;
- слова с коннотациями возможности (могу, можно, возможно), желания (хочу), намерения (намереваюсь), способности (способен);
- сравнительные степени без негативных сравнений «лучше», «больше», «громче», «быстрее», «значительнее» и др.;
- положительные формулировки и номинализации (решение, задача, умение и пр.);
- глаголы с положительной окраской (получить, решить, создать, добавить, изучить и пр.);
- частые ссылки на положительный опыт и примеры, а также на настоящее время и планы на будущее;
- ресурсное реагирование на планирование, задачи и рабочие вызовы.

Невербальные проявления

Лицо часто выглядит и бывает расслабленным, «живым». Мимический паттерн концентрируется вокруг области активных, расслабленных губ, без напряжений бровей и мышц лба. Склонность к эмоциям: спокойствие, радость, удивление, презрение.

Общий гипертонус мышц-сгибателей.

Жестикуляция свободная, направлена в стороны (центробежная), подчеркивает интерес, коммуникативность и открытость. При разговоре старается наклоняться вперед, демонстрируя вовлеченность и энергичность. В общении склонен сближать дистанцию и нарушать личное пространство собеседника.

Стереотипы мышления

Формулирует цели позитивно: «я хочу», что приводит к хорошей целеустремленности и планированию, и в то же время к недальновидному использованию ресурсов и выбору средств по достижению цели. Таким образом, планирование потенциально рискованное, не учитывающее возможные сложности, при этом реализация цели потенциально ресурсозатратна, с легким отношением к этим затратам.

Люди с «Мотивацией К» часто наделены чувством юмора и ценят шутки.

Личностные качества, характерные для метапрограммы «Мотивация К»

Как мы уже говорили, метапрограммы являются прекрасным инструментом описания не только внешнего вида, стратегий поведения и навыков человека, но и позволяют оценить выраженность тех или иных его личностных качеств. Их наличие и степень выраженности напрямую зависят от того, насколько человеку свойственна определенная метапрограмма.

Для легкой степени выраженности метапрограммы «Мотивация К» характерны следующие личностные качества: аккуратный, бодрый, вежливый, веселый, дружелюбный, жизнерадостный, инфантильный, коммуникабельный, культурный, мечтательный, мягкий, наивный, общительный, оптимистичный, открытый, прагматичный, работоспособный, результативный, спокойный, целеустремленный, чувствительный, щедрый, ободряющий.

Для средней степени: активный, амбициозный, влиятельный, гибкий, гордый, деловитый, деятельный, жадный, индивидуалистичный, контактный, красноречивый, креативный, меркантильный, настойчивый, оригинальный, практичный, разносторонний, решительный, уверенный, успешный, харизматичный, праздный, расслабленный, релаксирующий, сексуальный, соревнующийся.

Для значительной степени: авантюрный, азартный, алчный, ветреный, демонстративный, дерзкий, колкий, лицемерный, наглый, надменный, напористый, насмешливый, небрежный, одаренный, раскрепощенный, самоуверенный, хитрый, эгоистичный, доминантный.

Становится видно, что коммуникабельность, жизнерадостность и некоторая наивность связаны с аккуратностью, вежливостью, чувствительностью, целеустремленностью и легкой выраженностью «Мотивации К». Гибкость, креативность, оригинальность, решительность и харизматичность – со средней степенью. Авантюризм, азарт, наглость – со значительной выраженностью «Мотивации К».

Как и прежде, обращаем внимание на то, что перечисленные личностные качества во многом связаны между собой и укрепляют выраженность друг друга. Вежливому человеку во многом будут свойственны общительность и целеустремленность и т. д. Амбициозный человек в той или иной степени будет гибким, деятельным, контактным, креативным, настойчивым и решительным. Личностному качеству «авантюрный» сопутствуют такие качества, как азартный, демонстративный, насмешливый, раскрепощенный, хитрый и эгоистичный.

Влияние на личные и семейные отношения

Влияние данного метапрограммного полюса на личные и семейные отношения весьма многогранно, однако **ярко выраженная особенность «Мотивации К»** заключается в том, что **в личных отношениях он создает большую направленность на результат** (каким бы он ни был: сексуальный контакт, материальные блага и др.). Нередко при достижении желаемого результата происходит пересмотр отношений. Если внутри этих отношений не появляется очередная цель, то они могут быть завершены. Поэтому при создании отношений с человеком с метапрограммным полюсом «Мотивация К» необходимо так или иначе обозначать их цель в его картине мира (прямо или косвенно), но реализация этой цели (при ее безусловной поддержке вами) должна каждый раз срываться (переноситься, недореализовываться и др.) чуть ли не в самый последний момент. После переноса или частичной реализации цели необходимо снова подтвердить вашу приверженность этой цели.

Поддержание установленных отношений с человеком с «Мотивацией К» строится на совместном достижении его целей, которые необходимо периодически обновлять. Если цель отношений достигнута и длительное время замены ей внутри сложившихся отношений нет, то возникают риски создания этим человеком новых, параллельных имеющимся отношений.

Склонность к риску и лояльность

Мотивация К предполагает чувствительную склонность к риску и принятию поспешных конъюнктурных решений. При встрече с более выгодными условиями человек с «Мотивацией К» с большой вероятностью переключается на более выгодное предложение, минимизируя при этом собственную лояльность к предыдущему паттерну или системе.

Профессии и трудовая деятельность

«Мотивация К» проявляется тяготением к профессиям и трудовой деятельности с творческими, коммуникативными, организационными и коммерческими задачами.

Творческие профессии: дизайнер, художник, кутюрье и др.

Коммуникативные профессии: журналист, артист, официант.

Организационные профессии: менеджер, стартап менеджер, проект-менеджер.

Коммерческие профессии: предприниматель, финансовый директор, сетевой маркетинг.

В том случае, если была выбрана другая сфера деятельности, то в рамках нее человек с «Мотивацией К» будет стараться концентрироваться на перечисленных функциях.

Адаптационные механизмы и сублимация

В случае попадания в непривычную обстановку, требующую яркого проявления противоположного полюса метапрограммы – «Мотивации ОТ», у личности с метапрограммой «Мотивация К» включаются адаптационные механизмы, приводящие к утрированному и усиленному проявлению поведения с творческой, коммуникативной, организационной или коммерческой деятельностью.

Например, бывший активный участник fashion-индустрии с выраженной «Мотивацией К» по стечению обстоятельств попадает на работу в полицию, требующую выраженной «Мотивации ОТ». Со временем он, конечно, волеется в коллектив, где его деятельность будет направляться, например, на решение коммуникативных и организационных задач. Про коммерческую деятельность в рядах полиции мы политкорректно умолчим.

Факторы адаптации в профессиональной деятельности

1. Ситуации и условия, позволяющие заниматься долгосрочным планированием и перспективами, либо быть в курсе этого.
2. Творческие контакты с коллегами, профессиональная коммуникация, работа в креативном коллективе. Вовлеченность в рабочие процессы.
3. Подкрепляющая положительная обратная связь, повышающая устойчивость самооценки и мнение о собственном профессионализме.

Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности

1. Постоянная рутинная деятельность и длительная занятость «тактическими», а не стратегическими проектами. Непонимание целей и задач выполняемых действий.

2. Отсутствие коммуникации и профессиональных контактов. Работа в одиночестве. Отстранение от рабочих процессов.

3. Негативная отрицательная обратная связь, особенно о неправильно выбранных целях и критериях их реализации.

Пример из литературы

Возвращаясь к классике мировой литературы, «Войне и миру» Л. Н. Толстого, приведем описание метапрограммы «Мотивация К» на примере отрывка с описанием смотра войск двумя императорами перед Аустерлицким сражением.

...Ростов, стоя в первых рядах кутузовской армии, к которой первой подъехал государь, испытывал то же чувство, какое испытывал каждый человек этой армии, – чувство самозабвения, гордого сознания могущества и страстного влечения к тому, кто был причиной этого торжества.

Он чувствовал, что от одного слова этого человека зависело то, чтобы вся громада эта (и он, связанный с ней, – ничтожная песчинка) пошла бы в огонь и в воду, на преступление, на смерть или на величайшее геройство, и потому-то он не мог не трепетать и не замирать при виде этого приближающегося слова.

– Урра! Урра! Урра! – гремело со всех сторон, и один полк за другим принимал государя звуками генерал-марша; потом «урра!», генерал-марш и опять «урра!» и «урра!!», которые, всё усиливаясь и прибывая, сливались в оглушительный гул.

Пока не подъезжал еще государь, каждый полк в своей безмолвности и неподвижности казался безжизненным телом; только сравнивался с ним государь, полк оживлялся и гремел, присоединяясь к рёву всей той линии, которую уже проехал государь.

Ростов стоял недалеко от трубачей, издалека своими зоркими глазами узнал государя и следил за его приближением. Когда государь приблизился на расстояние двадцати шагов, и Николай ясно, до всех подробностей, рассмотрел прекрасное, молодое и счастливое лицо императора, он испытал чувство нежности и восторга, подобного которому он ещё не испытывал. Всё – всякая черта, всякое движение – казалось ему прелестно в государе.

Остановившись против Павлоградского полка, государь сказал что-то по-французски австрийскому императору и улыбнулся.

Увидав эту улыбку, Ростов сам невольно начал улыбаться и почувствовал еще сильнейший прилив любви к своему государю. Ему хотелось выказать чем-нибудь свою любовь к государю. Он знал, что это невозможно, и ему хотелось плакать. Государь вызвал полкового командира и сказал ему несколько слов.

«Боже мой! Что бы со мной было, ежели бы ко мне обратился государь! – думал Ростов. – Я бы умер от счастья...

Л. Н. Толстой, «Война и мир».

Рекламные слоганы и бренды

Как мы уже указывали, метапрограммы отображаются в брендах и их рекламных слоганах. **Указание на метапрограмму «Мотивация К» имеют многие известные бренды, которые позиционируют товар с точки зрения уникальности, престижа, достижений и успеха для клиента.** Приведем примеры использования «Мотивации К» в различных брендах и слоганах.

Топ-модели доступны. «Связной».

Дыши глубоко – иди по жизни легко. Halls.

Символ вашего превосходства. Ford Excursion.

Мечтать! Думать! Действовать! «Наши».

Люди важнее прибыли. Анархисты РФ.

Спонсоры будущего. Intel, процессоры. Имиджевый девиз.

Самая крутая часть Монблана имеет уклон 70 градусов. Коммерсант круче. Газета «Коммерсант».

Пей позитив. Чай «Липтон».

125 лет у власти! Mercedes-Benz S-Класс.

Банк первых. Сбербанк. Слоган финансовых услуг премиум-класса.

Читай книги – будь Личностью! Министерство образования РФ, социальная рекламная кампания.

Пахни лучше, чем ты есть. Old Spice.

Хрустим к лучшему! «Хрустеам», сухарики.

Создан для удовольствия. Peugeot. Имиджевый слоган в России.

Голосуй сердцем! Б. Ельцин, избирательная кампания 1996 г.

«Аэрофлот» – выигранное время! Аэрофлот.

Коллекция тёплых чувств. O'stin.

Созданный для экстраординарного. Land Rover. Международный имиджевый слоган.

Игра на победу. Range Rover Sport.

Каждая песня лучшая. Best FM.

Ресторан событий. Evento, ресторан.

Будь собой среди своих. Кофе хауз.

Мы дружим со скидками. Магазин детских игрушек в Москве.

Найдётся всё. Яндекс.

В стремлении к совершенству. Winston.

Подстройка и ведение Вопросы, на которые человек с Мотивацией К хочет получить ответы

Чтобы наладить коммуникацию с человеком с «Мотивацией К», подстроиться к нему и прийти к взаимовыгодному сотрудничеству, коммуникатору необходимо помочь ему ответить на некоторые вопросы или подчеркнуть важные для него следующие нюансы.

Что конкретно вы хотите в этой коммуникации получить?

Какие прямые и косвенные выгоды получит ваш партнер по коммуникации при реализации вашей цели?

Как то, что вы реализуете свою цель, в последующем может пригодиться вашему партнеру по коммуникации?

Чем вы ему можете быть полезным вообще?

Почему именно ваш партнер по коммуникации может вам помочь?

Итоги

Подводя итоги описания метапрограммы «Мотивация К», обобщим ее сильные и слабые стороны. Понимание их позволит сознательнее относиться к собственному характеру и целенаправленно развивать определенные качества, а также с большим пониманием относиться к окружающим нас близким людям и деловым партнерам.

«Минусы» Мотивации К

1. Зачастую потребительское отношение к ресурсам и людям, чрезмерный карьеризм и «шагание по головам».
2. Относительная слабость мотивации к внешним воздействиям, неблагоприятным условиям, форс-мажорами, неустойчивость мотивации в случае появления новых потенциально более выгодных проектов.
3. Тенденция к «пустословию» и имитации бурной деятельности. Слабые способности к повседневной, нетворческой деятельности.
4. Более мягкое отношение к традициям и устоям, нормам, законам и правилам. Стремление выйти за рамки даже разумных ограничений.
5. Отсутствие желания «глубокого контакта» с людьми и друзьями. Общение непредметно, «обо всем и ни о чем».

«Плюсы» Мотивации К

1. Ресурсная картина мира, предполагающая позитивное отношение к нему и к обратной связи.
2. Хорошая долгосрочная мотивация, не теряющая эффективность во времени.
3. Высокие творческие, коммуникативные и организационные способности.
4. Положительное и внимательное отношение к новому опыту и его многообразию. Стремление к модернизации и эволюции.
5. Широкий круг знакомств и общения. Открытость, контактность, интерес к людям и коммуникации.

Метапрограмма мотивации Выявление и диагностика

Выявление метапрограммы «Мотивация ОТ / К» основано на определении у целевой личности описанных характеристик. Чаще всего выявление этой метапрограммы не составляет большого труда: ее можно определить не только по совокупным признакам внешнего вида, поведения, образа жизни, ценностей, личностных качеств и лингвистических конструкций, но и по их отдельным составляющим.

Для кадровых работников мы подготовили специальные скрининговые вопросы, предполагающие односложные ответы, – «Да» или «Нет». На них можно попросить ответить кандидата еще до собеседования, чтобы точнее понимать его личность и профессиональные качества. Эти скрининговые вопросы помогут HR дистанционно определить тренд ведущей мотивации потенциального сотрудника, однако мы не можем рекомендовать полагаться на них в этом полностью. При невозможности такой перепроверки следует помнить, что **скрининговые методы диагностики имеют погрешность около 20%.**

	«Мотивация ОТ»	«Мотивация К»
1.	Опасаетесь ли вы совершать ошибки в вашей профессиональной деятельности?	
	да	нет
2.	Готовы ли пойти на риск ради достижения цели?	
	нет	да
3.	Вас пугает перспектива возможного увольнения?	
	да	нет
4.	Неудачи в делах мотивируют вас на достижения больше, чем успех?	
	да	нет
5.	Считаете ли вы, что «синица в руках» лучше, чем «журавль в небе»?	
	да	нет
6.	Продумываете ли вы «План Б» на случай неудачи?	
	да	нет
7.	Считаете ли вы, что отсутствие критики – это лучшая похвала?	
	да	нет
8.	В своей работе вы строго следуете принципу «доверяй, но проверяй»?	
	да	нет
9.	Безопасность государства больше зависит от стратегических ракет, чем от противовоздушной обороны?	
	нет	да
10.	Считаете ли вы, что цель всегда оправдывает средства?	
	нет	да

ГЛАВА 3

МЕТАПРОГРАММА РЕФЕРЕНЦИИ

Метапрограмма «Внутренняя / Внешняя референция» описывает процесс оценки субъективной правильности своих действий и мыслей, а также общее отношение к обратной связи.

Человек с внешней референцией склонен оценивать себя, свои мысли, действия и обратную связь об этом исходя из внешних критериев и источников информации, ставя их при этом во главу угла.

Человеку с внутренней референцией свойственно оценивать себя, свои мысли и действия, а также получаемую обратную связь от мира исходя из собственного понимания ситуации и собственных критериев оценки.

Упрощенное понимание этой метапрограммы отсылает нас к механизму появления ее названия, латинскому слову «Refer» – родоначальнику слов «указатель», «ссылка» и «судья».

Метапрограмма «Референция» имеет отношение к следующим контекстам и ситуациям:

- А) процесс принятия решения и ответственности за него;
- Б) субъективная оценка правильности мыслей, решений и действий;
- В) глобальное отношение к обратной связи.

Таким образом, данная метапрограмма оказывает значительное влияние на образ мышления и жизни личности, поэтому ее верное определение имеет особо важное значение в профайлинге.

Некоторые источники предлагают рассматривать три локуса данной метапрограммы: строго внутренняя референция, внешняя референция с ориентацией на людей, внешняя референция с ориентацией на контекст. Мы критически относимся к этой точке зрения, полагая, что в этой типологии внешняя референция с ориентацией на контекст указывает на отсутствие паттерна в данной метапрограмме. Таким образом, мы детально рассмотрим два полюса этой метапрограммы – Внешнюю референцию и Внутреннюю.

Внешняя Референция

Общая характеристика. Человек с Внешней референцией склонен оценивать себя, свои мысли, действия и обратную связь об этом исходя из внешних критериев и источников информации, ставя при этом их во главу угла. Чтобы принять определенное решение и оценить правильность своих действий, такому человеку требуется информация от важного для него внешнего источника. До тех пор, пока этот источник не найден, решение не будет приниматься и, соответственно, действия по выполнению этого решения могут не совершаться. Поиск внешнего источника (указателя) информации позволяет человеку с внешней референцией переложить ответственность за принятие решения и его реализацию на другого и тем самым обезопасить себя от возможных неудач. Также это приводит к тому, что человек с внешней референцией не только более чувствителен к обратной связи от внешних источников, но и нуждается в ней. Под обратной связью он понимает не только обсуждение текущих событий, но и само межличностное общение и внимание как таковое. Исключительно положительная обратная связь не только подкрепляет самооценку, но одновременно создает зависимые отношения и формирует выраженный эгоцентризм. Отрицательная же обратная связь приводит к развитию диссоциального и антисоциального поведения. При отсутствии общения и внимания со стороны референтных (значимых) людей человек с внешней референцией склонен к созданию ситуаций, в которых ему вынуждены давать обратную связь: именно тогда появляется демонстративное, эпатажное или конфликтное поведение.

Желание и даже необходимость получать обратную связь от референтных людей приводит к тому, что люди с внешней референцией значительно ориентированы на общение и являются хорошими коммуникаторами. **Внешняя референция развивает внимательность и чуткость к изменениям, а значит, способствует хорошей обучаемости.**

Все эти особенности приводят к тому, что люди с внешней референцией достаточно сильно подвержены внушению и влиянию со стороны и довольно часто становятся жертвой недобросовестных намерений других людей, обманутых надежд и красивых обещаний.

В целом Внешнюю референцию прекрасно характеризует фраза: «Если внушать человеку, что он Х, когда-нибудь он в это поверит».

Внешний вид и окружение

В сбалансированном состоянии Внешняя референция во внешнем виде и обстановке базового окружения проявляется и оценивается с точки зрения таких критериев, как: «произвести хорошее впечатление», «понравиться», «сделать приятно», «так общепринято». В гипертрофированном состоянии внешняя референция иногда выражается протестной внешней обстановкой.

Предпочитаемый стиль в одежде строго контекстуален, т.е. зависит от события и конкретных обстоятельств с тенденцией к соответствию моде и стилю. Даже легким недостаткам одежды уделяется повышенное внимание и критика. При низкой самооценке одежда и поведение подчеркнута скромные.

В домашней и рабочей (офисной) обстановке присутствует большое количество памятных аксессуаров, фотографий с референтными людьми и их подарки. Этих предметов может быть и меньше, но в таком случае они всегда располагаются на самом видном месте, чтобы их невозможно было не заметить.

Образ жизни и характерное поведение

Общение с людьми и участие в актуальных событиях мотивируется перманентной важностью общения самого по себе и двумя принципиальными базовыми установками – «посмотреть других и себя показать» и «узнать или убедиться, что всё (вместо слова „всё“ может быть что угодно) хорошо».

Образ жизни связан с коммуникацией и общением, которые будут открытыми, искренними, вовлекающими. Человек с внешней референцией будет иметь много знакомств и друзей, постоянно поддерживать с ними отношения и сильно переживать при расставании с близкими людьми. **Таким образом, характерно контактное поведение, общительность, открытость, исполнительность, внушаемость, интерес к новому опыту, прекрасная обучаемость.** Имеется склонность к однозначности, различным крайностям, радикализму, перфекционизму и повышенной тревожности. В значительной степени есть тенденция к циклотимии – периодической смене настроения от радостного до депрессивно-печального.

Получаемое образование относится к сфере «человек-человек» и связано либо с коммуникацией, либо с исполнительными, посредническими и творческими функциями. На вид получаемого образования могут влиять значимые люди (семья, родственник, друзья), престижность и общественное мнение. При выборе сферы деятельности важно наличие профессиональной иерархии и возможности карьерного роста: внешняя референция предполагает уважительное отношение к авторитету и иерархии (не приветствуется гетерархия), а также к профессиональной оценке и продвижению по службе.

Командный человек, хочет и может работать в команде. Исполнителен, хорошо работает по указаниям других, однако нуждается в понимании общих целей и направлений.

Способности и навыки

Принятие решений заключается в некотором стремлении переложить ответственность на других, что приводит к чрезмерной зависимости от внешнего мнения и оценки: такой человек склонен к постоянным сомнениям и поиску референтного мнения о принимаемом решении. Поэтому он часто советуется, интересуется, рассказывает подругам и друзьям все подробности, желая узнать их мнение, читает отзывы в Интернете. При невозможности получить референтное мнение о ситуации затягивает решение и уходит в оффлайн. Поскольку он уделяет большое значение внешним оценкам, его решение может меняться в зависимости от мнений референтных людей или конъюнктуры. Как правило, принимаемые решения учитывают интересы всех сторон. Потенциально низкая уверенность в принимаемых решениях.

Память. Основные воспоминания и жизненные этапы концентрируются вокруг внешних (часто карьерных) достижений, значимых событий и знакомств.

Мотивация. Мотивацией движет оценка значимых людей. Она может быть как положительной, так и отрицательной, но обязательно должна быть. То, на что не обратят внимания, делать не будет. Часто готов работать ради морального удовлетворения и будущих перспектив, а не ради собственного финансового результата. **Для сохранения мотивации важна частая внешняя поддержка и одобрение.** При отсутствии положительного внимания мотивация быстро снижается и сначала перерастает в формализм, а потом в действия «назло».

Творчество основывается на почерпнутых и модифицированных идеях других людей либо на реализации того, что когда-то кем-то не было реализовано. Наиболее продуктивное творческое и деятельное состояние возникает при наличии объекта восхищения и вдохновения: именно ему посвящается продукт творчества, и он первым о нем узнает. Творческий кризис связан с потерей такого человека или идеи.

Конфликт часто связан с чрезмерной реакцией на обратную связь референтных людей, а также борьбу за их внимание. Им крайне трудно оставить без ответа негативную обратную связь важного для них человека: часто это заканчивается либо обидами, либо более серьезным конфликтом. Часто скрывают свое истинное негативное отношение к тому или иному человеку. В том числе и поэтому скорее предпочтут скрытый, непрямой конфликт открытому.

Ценности и критерии

Ценности связаны с коммуникацией и людьми. Среди них: артистизм, вдохновение, веселье, восприимчивость, дружелюбие, жизнерадостность, известность, изобретательность, интуиция, искусство, легкость, обаяние, обходительность, общительность, оптимизм, открытость, перспективность, популярность, привлекательность, развлечение, сексуальность, спонтанность, стиль, удовольствие, уникальность, экспрессивность, экстравагантность.

Базовые убеждения картины мира

Если сам гарантированно не знаешь, спроси у другого.

Всегда нужно учитывать и интересоваться мнением другого человека.

Людам свойственно ошибаться. Особенно мне. Но как я ненавижу ошибаться!

Если я всем буду нравиться, то всё будет хорошо.

Если я сделаю так, как меня попросили, другому человеку будет приятно, и тогда он меня поблагодарит.

Самое ужасное наказание – игнорирование.

Решайте сами, а я присоединюсь к мнению большинства.

Главное – сохранить хорошие отношения, не ссориться и не конфликтовать.

Я должен заслужить их уважение! Вот тогда и заживем!

Мало ли что мне не нравится!.. Это же работа! Значит, я должен это делать так, как должен.

Лучше отложить решение проблемы и уйти в оффлайн, чем ответить сейчас на звонок.

Это не я так решил – так сложились обстоятельства (мне так сказали)!

Не суди сам, да не судим будешь.

Если для вас это принципиально, тогда я согласен.

Какая красивая девушка! Вот бы с ней познакомиться!

Всё будет хорошо! Будем надеяться, по крайней мере...

Речевые паттерны и лингвистика

В речи часто используются:

- ссылки на кого-то другого (авторитеты и источники) в момент размышлений и принятия решения;
- конструкции с пассивным залогом и сослагательным наклонением («нас поставили в известность», «хорошо было бы, если б»);
- частые обращения, предполагающие ролевые и иерархичные отношения («с вашего позволения», «если Вас не затруднит», «не были бы Вы столь любезны?»);
- подчеркнутое использование уменьшительно-ласкательных форм;
- **излишняя доверчивость к внешней информации и комментариям без желания ее детализировать;**
- слабость в выявлении и использовании пресуппозиций и перформативов в речи;
- избегание использования повелительного наклонения и требований.

Невербальные характеристики

Мимика живая и активная. В общении мимически и эмоционально присоединяется к собеседнику. Открыто выражает свои эмоции, которыми ему трудно управлять.

Склонен к частой смене настроения, на которое чрезмерно влияют внешние факторы (погода, новости, самочувствие и пр.).

Жестикуляция живая, чаще открытая, подчеркивает и усиливает вербальную коммуникацию. В разговор вовлекается, всегда поддерживает общение, имеет сложности в его завершении. Больше склонен к подстройке, чем к отстройке.

Стереотипы мышления

Испытывает сложности в понимании, принятии и отстаивании собственного мнения. Контактен, внушаем, по сути своей конструктивен и неконфликтен. Мышление сосредоточено на людях, группах, сообществах, на участии в их деятельности и отношениях с ними. Важно быть представителем какой-то группы, профессии, субкультуры, класса.

Планирование неустойчивое, зависимое от внешних факторов.

Позитивное и радостное реагирование на комплименты.

Личностные качества, характерные для метапрограммы «Внешняя референция»

Метапрограммный полюс Внешней референции формирует и усиливает определенные личностные качества, которые отражают уже перечисленные актуальные для внешней референции ценностные ориентации. Как и прежде, мы представляем три кластера личностных качеств, которыми можно охарактеризовать человека с внешней референцией.

Для легкой степени выраженности метапрограммы «Внешняя референция» характерны следующие личностные качества: бескорыстный, вежливый, веселый, восприимчивый, гуманный, добродушный, добросовестный, добрый, доверчивый, жизнерадостный, заботливый, законопослушный, застенчивый, исполнительный, командный, лояльный, мечтательный, мягкий, неуверенный, общительный, оптимистичный, отзывчивый, открытый, позитивный, прилежный, радостный, рассеянный, сомневающийся, тактичный, щедрый, эмоциональный.

Для средней степени: беззаботный, безответственный, беспокойный, ветреный, гибкий, демонстративный, динамичный, завистливый, злопамятный, импульсивный, инфантильный, колкий, льстивый, манерный, насмешливый, неорганизованный, подвижный, раскрепощенный, ревнивый, увлеченный, уклончивый, язвительный, экспрессивный.

Для значительной степени: агрессивный, алчный, бдительный, встревоженный, вызывающий, злорадный, лицемерный, мстительный, неаккуратный, злой, подозрительный, распущенный, хитрый, честолюбивый.

Данная спецификация личностных качеств существенно упрощает определение выраженности внешней референции у конкретного человека, а значит, в значительной степени облегчает его профилирование. С одной стороны, субъективно отметив наличие перечисленных личностных качеств у человека, можно определить его склонность к внешней референции, а с другой стороны, определив его склонность к внешней референции, – перевести ее в те или иные личностные качества.

Влияние на личные и семейные отношения

Внешняя референция приводит к тому, что человек сам во многом ориентируется на построение и поддержание близких отношений. Общая стратегия построения отношений с партнером всегда будет соотноситься с его мнением и интересами. Причем зачастую будут искаться не просто взаимоприемлемые варианты развития отношений, но и вполне вероятен «крен» в сторону интересов партнера. **Частичная подстройка к картине мира внешнереферентного человека, особенно в начале отношений, может существенно поспособствовать их развитию.** Эта подстройка может реализовываться в том, что вы сами периодически узнаете некоторые предпочтения и смыслы своего партнера, и реализовываете их именно так, как он хочет. Это создаст высокий уровень раппорта между вами, даже если вы делаете это редко. При знакомствах и в ближайшей перспективе развития отношений будет реализовываться стратегия «как мне показать себя с самой лучшей стороны», а не «таким, какой я есть». Смена этих стратегий часто приводит к коррекции или разрыву отношений. В личных отношениях в большей степени важна романтика, а не партнерство.

Поддержание отношений основывается на создании длительного раппорта, в котором партнер рассматривается как важнейший источник обратной связи о себе. Имеется склонность к созданию созависимых отношений и попаданию в «треугольник Карпмана».

Склонность к риску и лояльность

Уровень лояльности может быть разным: от очень низкого до очень высокого. Лояльность зависит от личного отношения руководства (или партнера) к человеку и соответствия им самим тем требованиям, которые он транслирует вовне. При хороших личных отношениях с руководителем и его принятии как лидера и авторитета – лояльность будет максимальной, вплоть до фанатизма. При разрушении отношений и появлении значительного количества противоположных примеров касательно руководителя – лояльность снижается, и может совсем пропасть в результате стрессового фактора.

Профессии и трудовая деятельность

Внешняя референция проявляется тяготением к профессиям и трудовой деятельности с коммуникативными, исполнительными, творческими и учебно-воспитательными задачами. Приведем примеры таких профессий:

Коммуникативные задачи: журналисты, артисты, официанты, call-центр.

Исполнительные задачи: медсестры, рядовые сотрудники отделов продаж, секретари.

Творческие задачи: дизайн и мода, организация праздников и мероприятий.

Учебно-воспитательные задачи: учителя, воспитатели, психологи.

Перечисленные профессии и сферы деятельности не только предполагают важность Внешней референции в своем функционале, но и в значительной степени способствуют ее развитию.

Адаптационные механизмы и сублимация

В случае попадания в обстановку, требующую яркого проявления противоположного полюса метапрограммы, – Внутренней референции, у личности с метапрограммой «Внешняя референция» будут запускаться адаптационные механизмы, приводящие к проявлению поведения с коммуникативным, исполнительным, творческим и учебно-воспитательным подтекстом.

Например, бывшая медицинская сестра со значительным стажем работы по специальности и выраженной внешней референцией по стечению обстоятельств попадает на работу генерального директора предприятия, деятельность которого в большей степени предполагает внутреннюю референцию. Особенность ее управленческого стиля (мы не говорим про компетентность), скорее всего, будет заключаться в:

А) значительной и показательной общительности, гуманности и позитивности к первому кругу общения (коммуникативно-творческие начала);

Б) поиске сотрудников для реализации учебно-воспитательного начала (поучения, советы, нравоучения по отношению к ним, но не требования);

В) наличии сотрудников для показательного применения агрессивно-защитного поведения («козлы отпущения» и «нелюбимчики»).

Конечно, нюансы сублимации внешней референции в противоположном контексте могут быть разными, но тренд на разделение сотрудников на три категории, в которых будет демонстрироваться «позитивно-заботливое», «нравоучительно-покровительствующее» и «агрессивно-подозрительное» поведение, будет сохраняться.

Факторы адаптации в профессиональной деятельности

1. Ситуации и условия с командной ответственностью и деятельностью по уже имеющемуся плану (или понятной схеме) действий.
2. Деятельность, допускающая нерабочие контакты и неформальное общение.
3. Простой функционал, очерченная зона ответственности и полномочий, понятные должностные инструкции и задачи.
4. Положительная обратная связь от руководства и значимых сотрудников.

Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности

1. Персональная ответственность при нерегламентированной профессиональной деятельности.
2. Работа в одиночку с минимумом профессиональных и личных контактов и взаимодействий.
3. Широкий функционал и зона ответственности. Неопределенные должностные инструкции при неконкретизированных задачах и целях.
4. Частая критика со стороны руководства и сложные отношения с коллегами.

Пример из литературы

Возвращаясь к классике мировой литературы, «Войне и миру» Л. Н. Толстого, приведем описание метапрограммы «Внешняя референция» Пьера Безухова на примере следующего отрывка.

– Слава Богу! – сказал князь Василий. – Жена мне всё сказала! – Он обнял одной рукой Пьера, другой – дочь. – Друг мой Леля! Я очень, очень рад. – Голос его задрожал. – Я любил твоего отца... и она будет тебе хорошая жена... Бог да благословит вас!...

Он обнял дочь, потом опять Пьера и поцеловал его дурно пахучим ртом. Слёзы, действительно, омочили его щеки.

– Княгиня, иди же сюда, – прокричал он.

Княгиня вышла и заплакала тоже. Пожилая дама тоже утиралась платком. Пьера целовали, и он несколько раз целовал руку прекрасной Элен. Через несколько времени их опять оставили одних.

«Всё это так должно было быть и не могло быть иначе, – думал Пьер, – поэтому нечего спрашивать, хорошо ли это или дурно? Хорошо, потому что определённо, и нет прежнего мучительного сомнения». Пьер молча держал руку своей невесты и смотрел на ее поднимающуюся и опускающуюся прекрасную грудь.

– Элен! – сказал он вслух и остановился.

«Что-то такое особенное говорят в этих случаях», – думал он, но никак не мог вспомнить, что такое именно говорят в этих случаях. Он взглянул в ее лицо. Она придвинулась к нему ближе. Лицо ее зарумянилось.

– Ах, снимите эти... как эти... – она указывала на очки.

Пьер снял очки, и глаза его сверх той общей странности глаз людей, снявших очки, глаза его смотрели испуганно вопросительно. Он хотел нагнуться над ее рукой и поцеловать её; но она быстрым и грубым движением головы перехватила его губы и свела их с своими. Лицо её поразило Пьера своим изменившимся, неприятно растерянным выражением.

«Теперь уж поздно, всё кончено; да и я люблю её», – подумал Пьер.

– Je vous aime! [Я вас люблю!] – сказал он, вспомнив то, что нужно было говорить в этих случаях; но слова эти прозвучали так бедно, что ему стало стыдно за себя.

Л. Н. Толстой, «Война и мир»

Рекламные слоганы и бренды

Многие слоганы и рекламные кампании товаров повседневного спроса используют указания на внешнюю референцию. **Использование таких товаров больше связано с ориентацией на одобрение и внешние оценки, чем на внутренние.** Приведем примеры использования внешней референции в некоторых брендах и слоганах.

Моя бабушка простояла 64245 часов в очередях. Я – не хочу! Избирательная кампания Б. Ельцина, 1998.

Голосуй! Или за тебя это сделают другие! Предвыборная кампания, Новосибирск, 2004.

Ваша киска купила бы Вискас. «Вискас», корм для кошек.

Как у мамы, только лучше. Детская косметика «Принцесса».

Москитол. Потому и не кусают. «Москитол», средство защиты от насекомых.

Нас рекомендуют друзьям. Распространенный слоган.

Max Factor. Советуют профессионалы. Косметика Max Factor.

Все в восторге от тебя, а ты от Maybelline. Косметика Maybelline.

Все видят роскошь. Ты чувствуешь преображение. Avon Anew, косметика с омолаживающим действием, 2009.

Colgate Total 12. Выбор стоматологов. Зубная паста Colgate Total 12.

Кто идет за Клинским? Пиво «Клинское».

Lays. Хочешь? Чипсы Lays.

Еще один повод познакомиться... Торговая марка сигарет L&M

Sprite. Не дай себе засохнуть! Газированный напиток Sprite.

Вливайся! Fanta, прохладительный напиток.

Все любят Мамбу. И Серёжа тоже! Жевательные конфеты «Мамба».

Приколись по-кислому. Malabar, жевательная резинка.

Другим этого не дано. Land Cruiser Prado, внедорожник, 2008.

Узнайте, что значит внимание целого города. Chevrolet Captiva, 2007.

Кредит с первого взгляда. «Русский стандарт», банк. Реклама кредитов, 2011.

Крутым парням – крутой процент! ТРАСТ, банк, 2011.

Лучший допинг – это шопинг! ELLE, модный журнал.

Весеннее обострение с 1 апреля. ТНТ, телеканал. Слоган весеннего сезона, 2008.

Используй магию шоколада. AXE Dark Temptation, мужской дезодорант, 2008.

То, что хотят мужчины. Nivea for men, средства для бритья.

У Вас есть пара минут, чтобы уменьшить Ваши морщины? Dior Capture, средство от морщин. Слоган международной рекламной кампании.

Чтобы счастье не висело на волоске. Alerana, бальзам-спрей, укрепляющий волосы. Девиз рекламы в России, 2008.

Brother. На твоей стороне. Brother, принтеры и факсы.

Подстройка и ведение. Вопросы, на которые человек с «Внешней референцией» хочет получить ответы

Чтобы эффективно общаться и начать сотрудничество с человеком с внешней референцией, весьма полезно в общении с ним затронуть следующие темы и вопросы:

Является ли то, что вы предлагаете, совершенно нормальным и правильным для значимых людей этого человека?

Кто еще вас поддержит (поддерживает) в вашем начинании?

Основные сложности в этом проекте уже решены, остались лишь пустяки.

Вы лично отвечаете за то, что всё получится.

Какие положительные отзывы уже есть об этом проекте?

В чем заключаются основные преимущества этого проекта?

Как сильно вы и коллеги будете лично ему благодарны за то, что он будет участвовать в этом проекте?

Сознательное освещение данных аспектов позволит человеку с Внешней референцией быстрее понять ответы на вопросы, которые он неминуемо будет задавать вам или себе в ходе рефлексии над вашим предложением. **Это может быть особенно эффективно в переговорах и продажах, где ваша целенаправленная коммуникация относительно этих аспектов может заблаговременно снять возможные возражения партнера.**

Итоги

Подводя итоги описания Внешней референции, еще раз подчеркнем ее сильные и слабые стороны, знание которых необходимо не только для составления профиля человека, но и будет полезно для сознательной работы над собственным характером и лучшего понимания людей.

«Минусы» Внешней референции

1. Значительная отвлекаемость и неуверенность в собственных действиях.
2. Излишняя зависимость от мнения окружающих и собственного имиджа.
3. Неумение работать самостоятельно без корректирующей обратной связи. Избегание персональной ответственности. Важность постоянного подтверждения правильности действий.
4. Невысокая инициативность, особенно в ситуации неопределенности.
5. Долгий процесс принятия решения, осложняющийся нехваткой информации.

«Плюсы» Внешней референции

1. Высокая чувствительность к обратной связи и обучаемость.
2. Хорошие коммуникативные навыки, стремление к социализации при высокой важности мотива сопричастности к значимой группе и личности.
3. Стремление к командной работе и ответственности.
4. Хорошая исполнительность при понимании сути задачи.
5. Стремление к коллективным решениям и компромиссам, поиск взаимовыгодных вариантов.

Внутренняя Референция

Общая характеристика. Человек с Внутренней референцией, в противоположность Внешней, склонен оценивать себя, свои мысли, действия и обратную связь об этом, исходя из своих собственных внутренних критериев и источников информации, ставя при этом во главу угла именно их, а не внешние источники.

Напомним, что метапрограмма «Референция» описывает стереотипы мышления и поведения человека относительно следующих аспектов:

- А) процесс принятия решения и ответственности за него;
- Б) процесс субъективной оценки правильности мыслей, решений и действий;
- В) глобальное отношение к обратной связи.

Таким образом, принимая решение и оценивая правильность предпринимаемых им действий, человек с внутренней референцией ориентируется на собственные критерии, понимание и источники информации. При этом значительное внимание уделяется анализу собственных (а не чьих-либо) приоритетов и путей их достижения в процессе реализации принимаемого решения. Ответственность за такие решения чаще принимается на себя, либо не распределяется совсем. Оценка правильности мыслей, решений и действий осуществляется посредством их анализа, исходя из собственных знаний, опыта и ситуации, при этом обратная связь из внешних источников рассматривается и принимается в расчет только в том случае, если это в данной ситуации выгодно. Это приводит к тому, что собственное мнение относительно той или иной ситуации будет всегда важнее и весомее, чем внешняя обратная связь. Поэтому в ситуации противоречия внешних и внутренних оценок приниматься будут исключительно внутренние, а внешние – отторгаться. Такое отношение к обратной связи является причиной высокой стабильности и устойчивости картины мира, средне-низких коммуникативных данных, относительно невысокой обучаемости и договороспособности. Одновременно с этим внутренняя референция усиливает устойчивость и целенаправленность в достижении цели, однако создает дополнительные риски в области беспристрастной и объективной оценки ситуации, а также имеющихся и необходимых ресурсов. Все эти особенности приводят к тому, что Внутренняя референция усиливает авторитарные, организационные, консервативные, волевые и гневливые тенденции, которые во многом являются ядром личности с внутренней референцией.

На бытовом уровне мышление человека с Внутренней референцией может хорошо охарактеризовать фраза Платона: «Сократ мне друг, но истина дороже» – человек слышит, но не учитывает внешнюю обратную связь, оценивая собственное видение ситуации как более правильное по сравнению с другими источниками.

Внешний вид и окружение

В сбалансированном состоянии Внутренняя референция во внешнем виде и обстановке базового окружения проявляется с точки зрения таких критериев, как «личный комфорт», «удобно», «качественно», «привычно». В гипертрофированном состоянии внутренняя референция часто выражается излишним однообразием одежды и стиля, сознательным консерватизмом и строгостью. В целом гардероб тяготеет к средним характеристикам, деловому стилю и избегает крайних тенденций. Одежде не уделяется повышенное внимание, при этом изредка допускаются ее небольшие недостатки. Количество аксессуаров значительно меньше, чем у людей с внешней референцией.

Домашняя и рабочая обстановка формируется из соответствия критерию «удобно и функционально», а не «красиво». Новое рабочее пространство быстро перестраивается под профессиональные нужды и собственные приоритеты вне зависимости от начального дизайна.

Образ жизни и характерное поведение

Общение с людьми и участие в актуальных событиях мотивируется собственными интересами и приоритетами: «если мне это интересно, то я участвую», «я соглашусь в том случае, если это будет учитывать мои интересы».

Общение и коммуникация в целом строятся по принципу создания и поддержания ролевых и иерархичных отношений со стремлением к легкому соперничеству, либо к достижению более значимой должности. Вследствие этого нечасто проявляет лидерские качества, особенно если ему не удастся установить иерархию, собственные правила, цели и возможность оценивать деятельность других. Исполнительские качества невысоки: при реализации заданий и поручений вносит собственное видение в проект, и саботирует его при невозможности это видение внести. Таким образом, для человека с внутренней референцией в целом будет характерно стремление к авторитету, лидерству, статусности, директивности, контролю. Имеется склонность к жесткости, агрессии, недоверию, высокомерию. Также из-за особого отношения к обратной связи имеется тенденция к замкнутости, скрытности, упрямству, принципиальности, конфликтному поведению, субъективной переоценке собственных сил и способностей.

Получаемое образование либо традиционно (медицинское, техническое, военное), либо предполагает организаторские, аналитические, контролирующие и распределительные функции. В профессии важны личные, а не командные достижения. На выбор профессии и сферы деятельности больше влияют собственные интересы и предпочтения, а не общественное мнение и престиж.

«Хозяин своего слова»: легко может найти объяснение смене своей точки зрения в изменившейся ситуации, в которой прежняя позиция более для него невыгодна.

Способности и навыки

Принятие решений. Принимаемые решения зависят от контекста, при этом каждая ситуация оценивается отдельно, исходя из критериев «выгоды» и «повышения собственной значимости и самостоятельности». Решение принимается именно то, которое усиливает реализацию этих критериев. При невозможности найти такое решение – проект затягивается и/или саботируется. Решения больше учитывают личные интересы, а не интересы других сторон, поэтому достаточно часто возникают конфликты на почве поиска взаимоприемлемых вариантов для всех партнеров. Ответственность за реализацию решения человек с внутренней референцией берет на себя, и достаточно авторитарно и жестко его отстаивает. Внешние оценки и обратная связь мало влияют на принимаемые решения, которые могут изменяться под влиянием объективно неблагоприятных обстоятельств, приводящих к невозможности реализации указанных критериев в данной ситуации. Потенциально высокая уверенность в принимаемых решениях.

Память. Основные воспоминания и жизненные этапы концентрируются вокруг событий конкурентных взаимодействий, соперничества и борьбы за отстаивание собственных интересов и точек зрения.

Мотивация. Мотивацией движет реализация своих интересов и чувство собственной важности. При стабильных интересах и отсутствии новых мотивация очень прочная и долговременная. **Снижение мотивации к проекту является признаком того, что человек потерял связь между проектом и собственными критериями. Для ремотивирования следует обновить эту взаимосвязь или связать проект с более актуальными интересами и ценностями.**

Творчество. Крайне самостоятелен в творчестве, которое является продуктом «скорее для себя, чем для публики». Творчество основывается на собственных идеях и предыдущих разработках. В ходе творческого процесса важнее сравнивать его результаты со своими прежними результатами, а не с коллегами и конкурентами. Творческий кризис связан с потерей творческих ориентиров и разочарованием в собственных идеях и концепциях, системе убеждений. Творческий подъем основывается на объективных подтверждениях правильности и успешности основной творческой концепции. В творческих коллективах свойственно занимать лидерские и ведущие позиции.

Конфликт. Вступает в конфликт для отстаивания собственных интересов, редко заботясь о делах других людей.

Ценности и критерии

Ценности концентрируются вокруг управленческого и «достигаторского» радикала. Среди них: амбициозность, богатство, великодушие, власть, влияние, воодушевление, выносливость, деньги, доминирование, жизнеспособность, значимость, зрелость, лидерство, могущество, наглость, независимость, продуктивность, расслабленность, решимость, самонадеянность, сила, способность, статус, удовлетворение, ум, эффективность.

Базовые убеждения картины мира

Я сам всё знаю и сам всё решу. Не смейте мне указывать!

Если я не смогу контролировать и управлять этим процессом, то лучше даже не начинать.

Будущее зависит от меня.

Я всегда прав. Если я не прав, то см. пункт №1.

К доводам другого человека можно прислушаться только тогда, когда он их действительно докажет.

Мне не важно, что вы думаете обо мне. Важно, чтобы вы делали то, что я от вас хочу.

Если мне это не выгодно, либо просто не нравится, то я не буду этого делать.

Никому не позволю что-либо решать за меня без моего согласия!

Для того чтобы начать что-то делать, нужно понимать, зачем мне это нужно.

Сам хочу – сам и делаю.

Если хочешь, чтобы всё было сделано качественно, – сделай сам.

Если это выглядит несерьезно, то это не стоит моего внимания.

Пусть я ошибусь, но я все равно сделаю по-своему.

Если ты думаешь не так, как я, то ты ни в чем не разбираешься!

Речь и лингвистика

В речи часто используются:

- ссылки на себя как на источник размышлений и принятия решений;
- конструкции с активным залогом и изъявительным наклонением («я решаю», «я прочитаю и приму решение»);
- частые обращения, предполагающие ролевые и иерархичные отношения с позиции силы («Вам следовало бы», «Вы должны были сделать», «Для того, чтобы все было правильно, Вам нужно»);
- модальные операторы желания и возможности применительно к себе (хочу, могу, желаю) и модальные операторы долженствования и необходимости (должен, обязан, вынужден) применительно к другим;
- недоверие и скепсис к внешним источникам информации с постоянным желанием ее перепроверить;
- пресуппозиции и перформативы;
- не стесняется использовать повелительное наклонение и прямые требования.

Невербальные характеристики

Лицо и мимика в целом менее активные и живые, чем при внешней референции. В общении не склонен к эмоциональной подстройке. Имеется тенденция скрывать и управлять эмоциями. Характерны эмоции презрения, отвращения, гнева и спокойствия.

Эмоциональные состояния не склонны к быстрой смене, чаще длительны по времени; внешние факторы (погода, новости, самочувствие и пр.) редко влияют на настроение и общий эмоциональный фон.

Жестикуляция собранная, концентрированная, не особо активная. В разговор вовлекается по интересам, поддерживает баланс между отстройкой и подстройкой. Подстройка чаще формируется по ролевому или иерархичному сценарию.

Стереотипы мышления

Испытывает сложности в том, чтобы поставить себя на место другого, увидеть ситуацию его глазами и искренне принять его точку зрения. Прагматичен, умеет управлять эмоциями и регулировать их проявление. Ценит статус, уверенность, индивидуальность. Мышление сосредоточено на себе, собственных интересах, задачах и целях.

Планирование устойчивое, организованное, мало зависит от обстоятельств.

Спокойное или пренебрежительное отношение к комплиментам.

Личностные качества, характерные для метапрограммы «Внутренняя референция»

Разная выраженность метапрограммы «Внутренняя референция» приводит к формированию и закреплению разных личностных качеств. В целом они соответствуют уже перечисленным актуальным ценностям ориентациям человека с Внутренней референцией.

Для легкой степени выраженности метапрограммы «Внутренняя референция» характерны следующие личностные качества: авторитетный, аккуратный, анализирующий, великодушный, верный, влиятельный, гордый, деловитый, закрытый, зрелый, интеллигентный, интеллектуальный, консервативный, логичный, надежный, настойчивый, независимый, образованный, обстоятельный, обязательный, организованный, ответственный, правдивый, прагматичный, практичный, работоспособный, рассудительный, серьезный, скрытный, спокойный, стабильный, статусный, терпеливый, целеустремленный, уравновешенный.

Для средней степени: авторитарный, бескомпромиссный, безразличный, важный, вздорный, властный, высокомерный, директивный, жадный, замкнутый, индивидуалистичный, корыстный, лидирующий, недоверчивый, неуступчивый, основательный, педантичный, предприимчивый, принципиальный, решительный, самодовольный, самоуверенный, строгий, традиционный, убедительный, управляющий, упрямый, харизматичный.

Для значительной степени: аморальный, безразличный, властолюбивый, волевой, выносливый, гневный, грубый, жесткий, искушенный, контролирующий, меркантильный, наглый, негативный, привередливый, расчетливый, самонадеянный, угрюмый, циничный, эгоистичный.

Как и раньше, подобная спецификация личностных качеств значительно упрощает калибровку внутренней референции. Отметив у человека перечисленные качества, можно понять выраженность его внутренней референции, или, наоборот, по ее выраженности определить характерные личностные качества.

Влияние на личные и семейные отношения

Как мы уже говорили, **выраженная Внутренняя референция несколько снижает чувствительность к внешней обратной связи**, а значит, может усложнять установление и поддержание личных отношений. Конечно, внутренняя референция оказывает значимое влияние на то, каким образом человек будет создавать и поддерживать личные отношения. Хотя это влияние может быть очень разным, опишем наиболее общие черты, характерные для данного паттерна.

Чаще всего установление близких контактов основано на личных целях, к тому же такие люди близко к себе не подпускают, «подпускают» и «приходят» только тогда, когда это выгодно. Таким образом, личные отношения строятся исходя из стратегии распределения ролей и партнерства (причем не всегда win—win). При знакомстве и на начальных этапах развития отношений не склонны существенно приукрашивать собственный образ и достижения и скорее «играют» себя таким, какой есть. В случае если цели партнерства не реализуются, то отношения развиваться не будут. А если в это время подвернется более выгодный вариант реализации актуальных целей и задач, то может быть сделан выбор в его пользу.

Склонность к риску и лояльность

Уровень лояльности, как и при внешней референции, может быть разным, однако рано или поздно он все равно существенно снижается и переходит в пользу собственных интересов. Таким образом, лояльность человека с внутренней референцией тому или иному паттерну (идее, человеку, компании) всегда будет временной. Это время можно лишь растянуть, но оно все равно когда-нибудь закончится. Склонность к риску не высока, но присутствует и зависит от комбинаций других метапрограмм.

Профессии и трудовая деятельность

Внутренняя референция проявляется тяготением к профессиям и трудовой деятельности с организационными, аналитическими, контролирующими и распределительными функциями.

Организационные задачи: директор, менеджер, управленец.

Аналитические задачи: аналитик, экономист, инженер.

Контролирующие задачи: полиция и прокуратура, служба безопасности.

Распределительные задачи: таможня и логистика.

Отметим, что эти профессии не только предполагают ведущую внутреннюю референцию, но и приводят к ее усилению.

Адаптационные механизмы и сублимация

При длительном пребывании в ситуации, требующей значительного проявления противоположного полюса метапрограммы – Внешней референции, у человека с Внутренней референцией будут проявляться адаптационные механизмы, усиливающие поведение с организационными, аналитическими, контролирующими и распределительными задачами.

Рассмотрим пример, противоположный тому, который мы приводили в предыдущем разделе: бывший генеральный директор предприятия со значительным стажем работы по специальности и выраженной Внутренней референцией по воле обстоятельств попадает на должность медицинской сестры, требующей Внешней референции. Понятно, что в выполнении профессиональных обязанностей медицинской сестры бывшим генеральным директором будут значительные особенности, заключающиеся в том, что на ее деятельность все равно будут влиять организационные, аналитические, контролирующие и распределительные тенденции, связанные с внутренней референцией. Даже интуитивно мы понимаем, что это будет выражаться в следующем:

А) стремление руководить коллегами и частые стычки с врачами, желание занять должность главной медсестры;

Б) грамотное ведение медицинской документации, стремление ее упорядочить и еще больше регламентировать;

В) введение и поддержание более жесткого контроля над пациентами и дисциплиной в отделении;

Г) активное участие в распределении дежурств, отпусков, расписания, бонусов; стремление взять эти моменты под свой контроль.

Таким образом, понимая процесс сублимации Внутренней референции, в противоположных условиях можно сознательно использовать ее в кадровой работе для целенаправленного достижения нужного эффекта.

Факторы адаптации и дезадаптации в профессиональной деятельности

В целом факторы адаптации и дезадаптации у человека с Внутренней референцией противоположны таковым для Внешней референции, однако есть и некоторые особенности, которые мы вам представляем.

Факторы адаптации в профессиональной деятельности

1. Профессиональная деятельность с персональной ответственностью и широким функционалом.
2. Возможность самостоятельно планировать рабочее время, ставить цели и определять методы их выполнения. Либо возможность в значительной степени влиять на эти аспекты.
3. Возможность иметь подчиненных, помощников, младших коллег или просто сотрудников, с которыми можно было бы установить иерархические отношения.
4. Хорошее понимание краткосрочных и долгосрочных планов компании (или должности) и ее перспектив.

Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности

1. Командная деятельность с размытой зоной ответственности и ограниченным функционалом. Постоянное «вмешивание» в работу коллег и руководителя.
2. Невозможность влиять на планирование своего рабочего времени, цели и способы их достижения. Несогласие с существующими порядками на работе и невозможность их изменить.
3. Необходимость ежедневно отчитываться перед руководством о проделанной работе. Постоянное нахождение в подчеркнуто подчиненном положении.
4. Работа «втёмную», без понимания целей и задач компании и больших систем.

Пример из литературы

Приведем пример, классически описывающий человека с Внутренней референцией, – отрывок из «Войны и мира» про князя Николая Андреевича Болконского.

Сам он постоянно был занят то писанием своих мемуаров, то выкладками из высшей математики, то точением табакерок на станке, то работой в саду и наблюдением над постройками, которые не прекращались в его имении. Так как главное условие для деятельности есть порядок, то и порядок в его образе жизни был доведён до последней степени точности. Его выходы к столу совершались при одних и тех же неизменных условиях, и не только в один и тот же час, но и минуту. С людьми, окружавшими его, от дочери до слуг, князь был резок и неизменно требователен, и потому, не быв жестоким, он возбуждал к себе страх и почтительность, каких нелегко мог бы добиться самый жестокий человек. Несмотря на то, что он был в отставке и не имел теперь никакого значения в государственных делах, каждый начальник той губернии, где было имение князя, считал своим долгом являться к нему и точно так же, как архитектор, садовник или княжна Марья, дожидался назначенного часа выхода князя в высокой официантской. И каждый в этой официантской испытывал то же чувство почтительности и даже страха, в то время как отворялась громадно высокая дверь кабинета и показывалась в напудренном парике невысокая фигурка старика, с маленькими сухими ручками и серыми висячими бровями, иногда, как он насупливался, застилавшими блеск умных и точно молодых блестящих глаз.

Л. Н. Толстой, «Война и мир»

Рекламные слоганы и бренды

Рекламные слоганы, использующие метапрограмму «Внутренняя референция», **ориентируют потребителя на ценности, которые в ней заключены**. В их числе – власть, статус, лидерство, независимость, уверенность, решительность. Также важен аспект создания ролевых и иерархичных отношений с аудиторией.

Управляющий – это Вы! Renaissance online, «онлайн трейдинг для успешных людей», 2007.

Доверяю как себе. «Русский стандарт», банк. Имиджевый слоган в России, 2008.

Вклады на Ваших условиях. МДМ Банк. Слоган вкладов на условиях, которые выбирает сам клиент, 2009.

Моя жизнь. Мой путь. Lloyd, немецкая обувь, слоган международной рекламы, 2008.

Приеду, увижу, посажу. ЛДПР, партия. Лозунг от В. Жириновского в Горно-Алтайске; выборы, март 2010.

Мир меняется. Наши принципы – нет. Porsche Cayenne, автомобиль. Слоган на территории РФ, 2011.

Представительский автомобиль для тех, кто не нуждается в представлениях. Volkswagen Phaeton, автомобиль. Российская кампания, 2008.

Ваша жизнь слишком дорога, чтобы ездить на чём-то другом. Volvo XC90.

Серьёзно чёрный. Серьёзное отношение к серьёзным достижениям. Johnnie Walker Black Label, виски, слоган международной рекламной кампании.

Властью можно и поделиться, часами – никогда. Дилеры швейцарских часов. Тактический слоган в России весной 2008 – в момент, когда Путина (носит швейцарские часы) сменил на президентском посту Медведев.

Вожак чешского пива. Velkopopovicky Kozel, пиво. Реклама для РФ, 2011.

Лидеры задают стиль. «Веда», водка, 2007.

Calve. В этом наши вкусы совпадают. Calve, майонез, 2006.

Мстите лично мне, если моя компания Вас разочарует. Mirax Group, строительство, 2008.

Правильные комплименты вашим ногам. Тромблесс. Средство против гематом и тромбов.

Хуже тесной обуви только плохо подобранные очки. «Карл Цейсс», салон марочной оптики. Рекламный девиз в Москве, 2008.

Ваша улыбка = Ваш капитал. European Dental Center, стоматологическая клиника. Слоган рекламы в Москве, 2007.

Неизменно английский. Неизменно крепкий. Brooke Bond. Девиз рекламной кампании в России.

Sobranie. Встреча избранных. Sobranie, сигареты. Слоган рекламной кампании в России, 2009.

Мощность в твоих руках. Intel. Рекламный лозунг в России, 2008.

Где бы ты ни был – важно лишь, где ты остановился. Radisson Sas, сеть гостиниц, международная рекламная кампания, 2007.

«Рафаэлло». Вместо тысячи слов. Raffaello, конфеты.

Если вам не нравится эта, найдите лучшие. Ejobs.ro, портал для поиска работы в Румынии. Слоган рекламы в Румынии, 2008.

Пиши свою историю. Parker, авторучки. Рекламный девиз в России, 2008.

Ваш мир. Ваши правила. Красота для избранных. «Меркурий Сити», башня в деловом центре «Москва Сити». Имиджевый слоган, 2008.

Подстройка и ведение. Вопросы, на которые человек с Внутренней референцией хочет получить ответы

Подстройка к человеку с выраженной Внутренней референцией довольно сложна. Это связано с его стремлением в общении занять более высокое (или хотя бы чуть более высокое) положение по сравнению с собеседником.

Чем человек, к которому вы обращаетесь, заслужил ваше уважение? Какие именно его достижения заслуживают уважения?

В чем заключается солидность вашего предложения?

Как он может участвовать в процессе реализации проекта и контролировать его?

В чем заключаются его прямые и косвенные интересы участия в этом проекте?

Кем и чем он будет руководить в этом проекте?

Как участие в проекте подчеркнет его значимость?

В чем он сможет реализоваться в этом проекте и чему научиться? Чем ему может быть полезно участие в проекте?

Превентивный ответ на эти вопросы позволит человеку с Внутренней референцией лучше понять собеседника, а значит, приведет к большей эффективности в коммуникации. Понятно, что под словом «проект» подразумевается ваше целевое предложение партнеру с внутренней референцией.

Итоги

Подводя итоги описания Внутренней референции, еще раз подчеркнем ее сильные и слабые стороны, понимание которых позволяет составлять качественный профиль личности и значительно лучше понимать особенности людей.

«Минусы» Внутренней референции

1. Ригидность картины мира и низкая чувствительность к обратной связи.
2. Излишнее стремление к ролевому и иерархичному общению и взаимодействию.
3. Трудности в командной работе и командном взаимодействии. Командная ответственность сильно «расхолаживает».
4. Редко признаёт собственные ошибки и учится на них. Трудно переубеждаем, упрям.

«Плюсы» Внутренней референции

1. Высокая устойчивость и целенаправленность психической деятельности; независимость от обстоятельств, требовательность к окружающим.
2. Хорошие организационные, управленческие и социально-психологические навыки.
3. Индивидуальный стиль работы и индивидуальная ответственность. Хорошая самоорганизация: важно ей не мешать.
4. Умело отстаивает собственную точку зрения, хорошо аргументирует.

Метапрограмма Референции

Выявление и диагностика

Выявление метапрограммы Референции основывается на определении ее характеристик, описанных в этом разделе. Из-за достаточно высокой контекстуальности ее выявление может быть трудным: она может быть стабильной не во всех контекстах. Вследствие этого тактика ее выявления будет заключаться в первоначальном определении значимого контекста у интересующей вас персоны, и только потом – определение ведущей референции в значимом контексте.

Вопросы, которые мы приводим для определения ведущей референции, являются скрининговыми и позволяют предварительно оценить свойственную внеконтекстуальную референцию интересующего вас человека.

	Внутренняя референция	Внешняя референция
1.	Ориентируетесь ли вы на приметы, предчувствия и предсказания?	
	нет	да
2.	При столкновении с нестандартной ситуацией на работе обратитесь ли вы за советом к коллегам?	
	нет	да
3.	Интересуетесь ли вы тем, что о вас говорят в курилке?	
	нет	да
4.	Является ли статусность должности для вас одним из важнейших критериев при поиске работы?	
	нет	да
5.	Возглавите ли вы отдел, в котором вы работаете, если только половина сотрудников отдела поддержат вас на этой должности?	
	да	нет
6.	Последуете ли вы совету более опытного коллеги, если его совет кардинально отличается от вашего видения ситуации?	
	нет	да
7.	Будете ли вы настаивать на своем варианте разрешения проблемной ситуации, если ощущаете его явное неприятие коллегами?	
	да	нет
8.	Придаете ли вы значение комментариям коллег относительно вашего образа жизни, мыслей, увлечений и внешнего вида?	
	нет	да
9.	Измените ли вы негативную точку зрения о человеке, если у вашего друга о нем лучшее мнение?	
	нет	да
10.	Вступите ли вы в спор с сотрудником, если уверены в том, что он не прав?	
	нет	да

ГЛАВА 4

МЕТАПРОГРАММА «СТИЛЬ РЕАГИРОВАНИЯ»

Активность / Рефлексия

Метапрограмма имеет два полюса (Активный / Рефлексивный) и описывает особенности субъективного реагирования на события внешней среды и отношение к действиям.

Активный человек склонен первым инициировать действия, которые он реализует во внешнем мире, то есть он сам является источником и инициатором первоначальной активности. Действия рефлексивного человека, напротив, являются ответом на внешние раздражители и процессы, и не являются первоначальным источником активности.

Метапрограмма «Стиль реагирования» имеет отношение к следующим контекстам:

- А) стиль реагирования (Активный / Рефлексивный) на события внешней среды;
- Б) субъективное отношение к действиям (Активное / Рефлексивное).

Таким образом, **данная метапрограмма имеет общее неспецифическое влияние на деятельность человека в окружающем мире: почти все его действия, так или иначе, преломляются через эту метапрограмму.**

Большое значение для понимания данной метапрограммы имеют две концепции, которые отчасти принимают участие в ее формировании, а именно:

- А) сила и подвижность нервной системы (в терминологии И. П. Павлова);
- Б) форма реакции на стрессовые раздражители: бей / беги – замри.

Сила нервной системы – это ее устойчивость к длительному воздействию раздражителя как возбуждающего, так и затормаживающего типа. Слабая нервная система – нервная система высокой чувствительности к раздражителю, сильная нервная система – низкой чувствительности. Подвижность нервной системы характеризует скорость образования новых условных связей: нервная система называется подвижной при высокой скорости образования новых условных связей, а инертной – при низкой скорости. Таким образом, **метапрограммный полюс «Активный» в этой классификации соответствует сильной подвижной нервной системе, а «Рефлексивный» – слабой инертной.**

Форма реакции на стрессовые раздражители также участвует в формировании данной метапрограммы:

- реакции «бей» или «беги» соответствуют метапрограммному полюсу «Активный»;
- реакция «замри» характеризует метапрограммный полюс «Рефлексивный».

Обобщая и несколько упрощая, можно резюмировать, что метапрограммный полюс **«Активный» свойственен холерикам и сангвиникам, а «Рефлексивный» — больше меланхоликам и меньше – флегматикам.**

Рассмотрим более детально каждый метапрограммный полюс.

Рефлексия

Общая характеристика. Субъективное отношение к действиям и общий стиль реагирования рефлексивного человека характеризуются приматом анализа, рефлексии и понимания над активными действиями и быстрым влиянием на ситуацию. Такому человеку, прежде чем принять какое-либо решение и начать его реализовывать, необходимо полноценно и неторопливо проанализировать ситуацию, при этом действия предпринимаются только по результату анализа или по прошествии некоторого времени. Зачастую это приводит не только к тому, что принимается наилучшее решение в данной ситуации, но и к тому, что упускается лучшее время для его реализации, и даже к тому, что вообще никакие действия не предпринимаются. В выраженных случаях понимание ситуации заменяет действия по реализации принятого решения: достаточно понять, а до дел уже не доходит – понимания достаточно. Как следствие, с реализацией решений и вообще запланированного у человека с выраженной рефлексией сложно: дедлайны постоянно нарушаются, реализация решений слишком часто откладывается «на потом», после чего решение опять попадает на пересмотр. Чем более человек рефлексивный, тем больше он откладывает дела «на потом», а затем пересматривает решение по данному делу. Стремление все спрогнозировать и предугадать приводит к тому, что различные форс-мажоры, авралы и необходимость действовать в условиях недостаточного количества времени и информации для рефлексивного человека являются серьезным дезадаптирующим фактором: после авралов и больших напряжений необходим длительный восстановительный период.

Неторопливость и вдумчивость рефлексивных людей проявляется и в их характере: часто их можно охарактеризовать как медлительных, основательных, спокойных, уравновешенных, аналитичных, задумчивых и вежливых людей. Невербальные характеристики таких людей также рефлексивны: движения и жестикуляция плавные и размеренные, речь небыстрая и часто монотонная. Рефлексия усиливает устойчивость картины мира и в большей степени способствует приверженности к консервативным ценностям: семья, забота, доброта, единство, мир, отдых, саморазвитие, ум и др. Также с рефлексией связаны аналитические, традиционные, защитные и организационные тенденции.

На бытовом уровне рефлексивных людей называют чрезмерно тормозными, вдумчивыми и размышляющими там, где нужно действовать. Народная мудрость, подчеркивая значимость рефлексии, говорит: «утро вечера мудренее», «хорошая мысль приходит опосля», «хороший документ должен хорошо отлежаться на столе».

Внешний вид и окружение

В целом внешний вид, окружение и близкие контексты не склонны к существенным изменениям и оцениваются с точки зрения многих критериев, в том числе и таких как «привычно», «соответствующе ожиданиям», «знакомо», «понятно», «традиционно», «спокойно».

Одежда и внешний вид контекстуальны и хорошо продуманы, с тенденцией к повышенной функциональности. Гардероб неразнообразен, часто в одном стиле. Легким недостаткам в одежде внимание не уделяется. Имеется тенденция к «привыканию» к любимым вещам, которые могут сильно занашиваться, но при этом рефлексивный человек их старается восстановить и починить.

Домашняя обстановка всегда содержит отголоски прежних времен: старая мебель, ремонт, предметы коллекционирования, «общая захламленность» домашнего и рабочего пространства, наличие вещей, «давно стоящих не на своем месте». Часто имеет достаточно много никому не нужных вещей, занимается накопительством и собирательством аксессуаров и различных предметов.

Образ жизни и характерное поведение

Общение с людьми и участие в событиях жизни можно охарактеризовать как стремление быть на вторых ролях (или не быть на первых). Базовые установки в коммуникации заключаются в следующих фразах: «Не надо это делать первым», «Тише едешь – дальше будешь», «Сначала подумай, проанализируй и только потом говори или действуй».

Образ жизни связан с раздумьями и аналитикой, постоянством и традиционностью. К общению особого стремления нет, но и отказа, ограничения его также нет: рефлексивный человек сам редко будет инициировать общение. Всегда готов поддержать разговор, но навязываться не будет. По особым случаям инициатива в общении возможна, однако не будет повторяться часто и всегда будет следствием достаточно выраженной необходимости. Характерно вдумчивое, медлительное поведение и речь, неторопливость, обстоятельность, спокойствие, серьезность, уважение ко всем точкам зрения, в том числе и к противоположным.

Получаемое образование основательное, традиционное, не предполагает активных действий и работы в цейтноте. Образование часто связано с аналитическими, собирательными, исследовательскими, социализирующими и техническими задачами. На выбор образования влияют семейные традиции. Несвойственны профессии и сферы деятельности, связанные с физической активностью и требующей значительной подвижности.

Командные люди, редко предъявляют лидерские требования. Хорошо выполняют аналитические задачи, слабо – подвижные, быстрые, ограниченные во времени.

Способности и навыки

Принятие решений заключается в долгом обдумывании и анализе всех его аспектов. При отсутствии относительно скорого решения оно откладывается в «долгий ящик». Рефлексивные люди в целом более чувствительны к обратной связи, чем активные, поэтому они, в зависимости от ситуации, иногда склонны пересматривать принятые решения, либо останавливать их реализацию. Также это приводит к тому, что принимаемые решения относительно часто учитывают интересы больших систем и других участников событий. Решения чаще всего взвешенные, продуманные, аргументированные, часто ориентированы на долгосрочное улучшение ситуации. При невозможности обдумать решение и цейтноте рефлексивный человек склонен либо вообще не принимать никаких решений, либо перепоручать их кому-нибудь другому. Малоинициативен, особенно если это не поддерживать и не развивать. Из-за повышенной аналитичности редко повторяет совершенные ошибки, стараясь больше не связывать себя с ситуациями, в которых были допущены промахи.

Память основана на многократном повторении материала и предполагает словесное, интеллектуальное запоминание с использованием логических конструкций и большого количества объяснений и аргументов.

Мотивация основывается на логическом понимании выгоды и продвижении собственных интересов при осуществлении того или иного проекта. **У рефлексивных людей мотивация не может сформироваться быстро, для ее формирования нужно время и аргументы.** С течением времени мотивация усиливается и почти не ослабевает. Ее ослаблению могут способствовать факты, заставляющие по-новому взглянуть на принятое решение: в этом случае проект ставится на паузу. Мотив и мотивация отдыха в широком смысле этого слова достаточно велика.

Творчество опирается на результат собственного анализа и синтеза. Оно редко бывает «прорывным» – скорее, его можно охарактеризовать как эволюционное и традиционное. Творческий процесс длителен, интимен. Часто наиболее продуктивное творческое состояние – в одиночестве, когда есть время подумать, некуда спешить и свободный творческий (рабочий) график. Творческий кризис связан с постоянной занятостью, отсутствием отдыха и времени на уединение.

Конфликт. В конфликт первым не вступает, предпочитает терпеть ситуацию до тех пор, пока возможно. Не реагирует на незначительные нарушения собственных критериев и предпочтений – вступает в конфликт лишь тогда, когда действительно «зацепило». Конфликт является вынужденным способом защиты собственных интересов. При этом в самом конфликте предпочитает действовать «наверняка» – конфликт возникает надолго. Является сторонником интеллектуальных, то есть переговорных, а не силовых инструментов решения конфликтов.

Ценности и критерии

Ценности связаны с аналитикой, социализацией и отдыхом. Среди них: состоятельность, восприимчивость, забота, дружба, значимость, любовь, надежность, отдых, саморазвитие, статус, удовлетворение, удовольствие, ум, чувствительность, эмпатия, уверенность, аккуратность, воспитанность, организованность, ответственность, неторопливость, спокойствие, терпеливость, уравновешенность, доверие, культура, статус, эрудиция, анализ, осторожность.

Базовые убеждения картины мира

Тише едешь – дальше будешь.

Сначала нужно всё хорошенько взвесить и проанализировать, а потом что-то предпринимать.

Поспешные решения опасны.

Лучше меньше, да лучше. Лучше не сделать ничего, чем сделать неправильно.

Инициатива (скорее всего) наказуема.

Любые изменения должны быть предсказуемыми, нерезкими и эволюционными. Резкие быстрые изменения – это плохо.

Для того чтобы действовать, нужно подготовиться. Действия без подготовки и экспромт возможны, но не поощряются.

Первое решение – всегда не самое лучшее. На него глупо соглашаться; подождем, когда предложат что-нибудь получше.

Если человек от меня по-настоящему чего-то хочет, его интерес к этому должен быть неоднократным.

Дедлайн подождет: я еще не все обдумал, чтобы начинать работать.

Высказывать свою точку зрения правильно тогда, когда спросят. Навязываться – невежливо.

Не люблю, когда беспокоят по пустякам. Да и сам я не буду никому звонить, чтобы просто поболтать и узнать, как у него дела.

Языком можно сказать все что угодно: люди проверяются только на деле.

Самое страшное наказание – непредсказуемость и спешка.

Быстро – не значит правильно.

Речь и лингвистика

В речи часто используются:

- большое количество аргументации и доказательств, даже если этого не требуется;
- конструкции с пассивным залогом и сложносочиненными предложениями («Мне была предоставлена информация о том, что...», «Если бы мы владели полной информацией, то решение было бы принято»);
- номинализация и обобщения; редко используется повелительное наклонение;
- внимательность к аргументации и словам собеседника;
- тенденция к немногословности;
- вопросы и вопросительная интонация;
- ровный спокойный, даже монотонный темп голоса. Выделение важных слов незначительно. Интонации и скорость речи почти не меняются.

Невербальные характеристики

Лицо и мимика ровные и неактивные. Эмоционально спокойный, уравновешенный. Выражает эмоции сдержано, хорошо их контролирует.

Жестикуляция незначительна, подчеркивает речь, медлительна, прогнозируема и не резка. Стремится сохранять принятое положение тела: для рефлексивного человека в целом несвойственны активные движения и высокая подвижность. Предпочитает не вмешиваться в разговор, пока не поймет его сути. Более склонен к эмоциям спокойствия, печали, отвращения и тревоги. Эмоциональные состояния меняются медленно; время, на которое оно развивается, длительно.

Походка медлительна (быстро ходить и бегать не любит, активный спорт неприемлем), тело движется в едином паттерне, жесты согласованы между собой.

Стереотипы мышления

Нуждается в спокойствии, логичности и предсказуемости, на что и направлено большинство его действий. Неэффективен в условиях цейтнота, быстро меняющихся условий, недостатка информации и ресурсов; всеми силами старается избежать такого развития событий.

Мышление сосредоточено на логике, концепциях, фактах и их интерпретациях, которым уделяется наиболее пристальное внимание.

Навык планирования хороший, особенно долгосрочного, однако долгосрочные планы не всегда реализуются в силу постоянного откладывания «на потом» и нарушения дедлайнов.

Труднее всего начать и завершить реализацию проекта; по ходу реализации проекта рефлексивные люди достаточно эффективны.

Личностные качества, характерные для метапрограммы «Рефлексия»

Метапрограммный полюс «Рефлексия» в зависимости от его выраженности может влиять на формирование большого количества личностных качеств. Как и в других метапрограммах, мы выделяем три уровня выраженности «Рефлексии», каждый из которых участвует в формировании определенного личностного качества.

Для легкой степени выраженности метапрограммы «Рефлексия» характерны следующие личностные качества: аккуратный, аналитичный, бережливый, благодушный, вежливый, воспитанный, гостеприимный, гуманный, добросовестный, дружелюбный, заботливый, застенчивый, зрелый, избирательный, интеллигентный, корректный, медлительный, набожный, невозмутимый, нежный, неторопливый, обстоятельный, опытный, организованный, осмотрительный, осторожный, ответственный, поощряющий, последовательный, предусмотрительный, романтичный, серьезный, совестливый, спокойный, терпеливый, уважаемый, умный, уравновешенный, чувствительный, эрудированный, этичный.

Для средней степени: аристократичный, благодарный, благородный, верный, добрый, доверчивый, задумчивый, интеллектуальный, искушенный, культурный, ленивый, любезный, мечтательный, надменный, обидчивый, обходительный, опечаленный, педантичный, приземленный, признанный, размышляющий, расслабленный, расчетливый, сомневающийся, статусный, тщательный, флегматичный, экономный.

Для значительной степени: безвольный, безмолвный, бесконфликтный, вялый, грустный, закомплексованный, идеализирующий, инертный, лояльный, неловкий, неорганизованный, нерешительный, неуверенный, неуклюжий, отзывчивый, разочарованный, робкий, скромный.

Оценка Рефлексии по степени ее выраженности существенно упрощает профилирование личности и позволяет успешно использовать сравнительное описание при составлении профиля. Как мы уже говорили, полноценный профиль личности включает в себя не просто набор характерных для человека метапрограмм, а описывает их выраженность, переводя при этом их в те или иные личностные качества.

Влияние на личные и семейные отношения

Метапрограммный полюс «Рефлексия» оказывает существенное влияние на создание и поддержание близких личных отношений. Как и прочие, это влияние достаточно разнообразно, но все равно основной паттерн будет поддерживаться вокруг общей неторопливости и стеснительности. **Такому человеку трудно первому проявить инициативу и самостоятельно познакомиться с кем-либо: знакомство часто будет происходить с помощью третьих лиц либо после нескольких встреч или месяцев «вздыханий» на расстоянии.** В ходе самого знакомства будет вести себя аккуратно, вежливо и обходительно, не склонен нарушать дистанцию и «идти на abordаж». При этом создает варианты, при которых потенциальный партнер сам проявит интерес к его персоне.

Развитие отношений будет проходить плавно, медленно и сценарно – чаще всего человек с метапрограммным полюсом «Рефлексия» будет возвращаться к известным и близким ему однотипным сценариям поведения. Инициатива будет исходить от него только в рамках его собственных предпочтений

Склонность к риску и лояльность

Склонности к поведенческому риску нет, напротив, есть желание защититься или находиться под защитой от потенциальных рисков. В то же время может присутствовать склонность к «интеллектуальному» риску и скрытым провокациям. Под интеллектуальным риском мы понимаем создание и выстраивание схем по принципу: «А что, если?» Эти «интеллектуальные схемы» могут быть от совершенно безобидных, например, «а что мне могут сделать, если я не вымою посуду», до идей, приводящих к созданию уникальных продуктов и даже коррупционных схем. Однако даже если это и будет иметь место, можно быть уверенным, что в первые полгода это все равно не будет реализовано.

Поскольку рефлексивные люди чаще всего не горят желанием что-либо менять без постоянных перепроверок и даже сомнений, уровень лояльности у них выше среднего. Иногда даже компании бывает сложно «избавиться» от таких людей, чтобы запустить необходимый цикл развития.

Профессии и трудовая деятельность

Рефлексия направляет профессиональную деятельность человека в сторону решения аналитических, исследовательских, технических и оценочных задач. Конечно, рефлексивный человек может заниматься и другим видом деятельности, но такие задачи так или иначе будут оставаться в наибольшем приоритете.

Аналитические задачи: аналитик, статистик, бухгалтер, экономист и др.

Исследовательские и научные задачи: ученый, биолог, медик и др.

Технические задачи: инженер, архитектор, технолог и др.

Оценочные задачи: экспертиза, судейство и др.

В перечисленные профессии и сферы деятельности чаще приходят рефлексивные люди, но в то же время эти профессии и сферы деятельности по принципу замкнутой обратной связи развивают и усиливают рефлексию.

Адаптационные механизмы и сублимация

Ситуации, требующие от Рефлексивного человека проявления противоположного полюса метапрограммы – «Активный», являются значительным стрессовым фактором. Длительное пребывание в такой обстановке со значительной долей вероятности приведет к дезадаптации и отчетливым стрессовым симптомам. Напомним, что данная метапрограмма во многом связана с особенностями нервной системы – ее силой (или слабостью) и, что более важно, типом реакции на стрессовую ситуацию. Таким образом, для успешного функционирования в «Активной» обстановке Рефлексивный человек должен в корне перестроить собственную нервную систему, что является сложной и длительной задачей, достаточно часто заканчивающейся неудачей.

Рефлексивный человек способен выдержать непродолжительную «Активную» нагрузку за счет мобилизации ресурсов своей личности и характера, однако почти всегда после таких нагрузок следует длительный период восстановления и усиленной рефлексии. По большому счету, это является одним из важнейших аргументов при определении расписания работы во многих профессиях, например, таких как реаниматология. **После сильного стрессового воздействия в течение суток им рекомендуется три дня отдыха. Чем более человек рефлексивен, тем больше времени ему необходимо для восстановления.**

Особенность психологии Рефлексивного человека заключается еще и в том, что в стрессовой ситуации он стремится вообще не принимать никаких решений, ничего не делать, уединяться и предаваться размышлениям. Если же ситуация этого не позволяет, то тип реагирования на стресс у Рефлексивного человека будет заключаться в уходе в решение аналитических, исследовательских, технических и оценочных задач.

Например, профессиональный бухгалтер со значительным стажем работы по специальности по тем или иным причинам стал заниматься профессиональным активным видом спорта – бегом. Первое, что он сделает, – прочитает имеющуюся аналитику по этому виду спорта с целью найти (исследовать) наилучшие технические возможности облегчить себе это занятие.

Факторы адаптации в профессиональной деятельности

1. Ситуации и условия с неторопливой аналитической или исследовательской работой.
2. Деятельность, не требующая (активной) физической работы, подвижности и частых командировок (перемещений).
3. «Плавающие» дедлайны с персональной ответственностью и возможностью проявления «интеллектуальной инициативы» по планомерному улучшению существующего положения дел.
4. Минимальное количество форс-мажоров, авралов и ситуаций, требующих мобилизации ресурсов.

Факторы дезадаптации в профессиональной деятельности

1. Ситуации цейтнота, требующие принятия решения в условиях недостаточной информации и ресурсов.
2. Деятельность, связанная с постоянными переездами и командировками и предполагающая интенсивную физическую активность.
3. Жесткие ограниченные дедлайны, требующие принципиального изменения положения дел.
4. Частые форс-мажоры, авралы, периоды, требующие полной вовлеченности и мобилизации всех имеющихся ресурсов.

Пример из литературы

Классическое описание рефлексивного человека мы видим в широко известном произведении А. И. Гончарова «Обломов» – это главный герой романа, Илья Ильич Обломов.

Обломов задумался над словами: «Теперь или никогда!» Вслушиваясь в это отчаянное воззвание разума и силы, он сознавал и взвешивал, что у него осталось еще в остатке воли, и куда он понесет, во что положит этот скудный остаток. После мучительной думы он схватил перо, вытащил из угла книгу и в один час хотел прочесть, написать и передумать всё, чего не прочел, не написал и не передумал в десять лет. Что ему делать теперь? Идти вперед или остаться? Этот обломовский вопрос был для него глубже гамлетовского. Идти вперед – это значит вдруг сбросить широкий халат не только с плеч, но и с души, с ума; вместе с пылью и паутиной со стен смести паутину с глаз и прозреть!

Какой первый шаг сделать к тому? С чего начать? Не знаю, не могу... нет... лукавлю, знаю и... Да и Штольц тут, под боком; он сейчас скажет. А что он скажет? «В неделю, скажет, набросать подробную инструкцию поверенному и отправить его в деревню, Обломовку заложить, прикупить земли, послать план построек, квартиру сдать, взять паспорт и ехать на полгода за границу, сбуть лишний жир, сбросить тяжесть, освежить душу тем воздухом, о котором мечтал некогда с другом, пожить без халата, без Захара и Тарантьева, надевать самому чулки и снимать с себя сапоги, спать только ночью, ехать, куда все едут, по железным дорогам, на пароходах, потом... Потом... поселиться в Обломовке, знать, что такое посев и умолот, отчего бывает мужик беден и богат; ходить в поле, ездить на выборы, на завод, на мельницы, на пристань. В то же время читать газеты, книги, беспокоиться о том, зачем англичане послали корабль на Восток...»

Вот что он скажет! Это значит идти вперед... И так всю жизнь! Прощай, поэтический идеал жизни! Это какая-то кузница, не жизнь; тут вечно пламя, трескотня, жар, шум... когда же пожить? Не лучше ли остаться? Остаться – значит надевать рубашку наизнанку, слушать прыганье Захаровых ног с лежанки, обедать с Тарантьевым, меньше думать обо всем, не дочитать до конца путешествия в Африку, состариться мирно на квартире у кумы Тарантьева...

«Теперь или никогда!» «Быть или не быть!» Обломов приподнялся было с кресла, но не попал сразу ногой в туфлю и сел опять.

А. И. Гончаров, «Обломов»

Рекламные слоганы и бренды

Использование метапрограммного полюса «Рефлексии» в рекламе и брендинге в основном концентрируется на таких аспектах, как статус, уверенность, спокойствие, эволюционное улучшение, стабильность и история кампании. Приведем примеры использования «Рефлексии» в брендах и слоганах.

Уверенное торможение в нужный момент. Continental, шины. Слоганы для России.

Сохранение стиля. Сохранение ценности. Porsche Cayenne Turbo S, 2008.

Из дома в дом, не выходя из дома. Mercedes-Benz, автомобили.

Это проявление моего уважения. Это проявление моей заботы. Western Union, денежные переводы. Слоган рекламы в России, 2007.

Бережёного банк бережёт. Кредит Европа Банк. Слоган-название вклада «со страховкой в подарок», 2008.

Главное – хорошие манеры. Ahmad Ice Tea – хорошо воспитанный английский чай. Ahmad Ice Tea, холодный чай. Девиз кампании в России, 2009.

Дизайн вечен. На остальное – 2 года гарантии. Mabe, бытовая техника. Слоган для РФ, 2009.

Разумно и просто. Philips, бытовая техника, имиджевый слоган.

Знакомый. Любимый. Обновлённый. «Огонёк», журнал. Девиз подписной кампании, 2009.

Мы подумали, что вы могли бы взять ваш кондиционер с собой. Electrolux, мобильные кондиционеры. Слоган рекламы в России, 2008.

Несомненно, с Clarins жизнь становится прекрасней! Clarins, французская косметика, имиджевый слоган.

Выгодные инвестиции в вечные ценности. Купите сейчас, и рост цен будет Вас радовать! Агентство «Земля-Регион», операции с недвижимостью. Слоган рекламы в Москве и Подмосковье, 2008.

Дом. Paschen. Интерьеры для интеллектуалов. Paschen Bibliotheken, библиотеки, имиджевый слоган, 2010.

Инвестируйте в классику. С туфлями Christian Louboutin платье за \$50 будет смотреться на миллион! Christian Louboutin, дамские туфли, 2010.

Мы даём ответы на самые сложные вопросы. Это традиция компании «Сименс», и мы верны ей на протяжении 160 лет. Siemens. Ответы с 1847 года. Siemens, компания широкого профиля, имиджевый хедлайн, 2008.

Как мы выбираем совершенное пиво? Мы видим,.. слышим,.. осязаем,.. чувствуем аромат,.. наслаждаемся вкусом,.. понимаем, что это может быть только «Балтика №7» в новой бутылке! БАЛТИКА №7 Экспортное, пиво. Хедлайн и слоган, 2008.

Роскошь уединения. Куршская Коса, туристско-рекреационная зона. Имиджевый слоган в России, 2008.

Забота о руках, которые заботятся обо всём. NIVEA, кремы для рук. Слоган на территории РФ, 2013.

Успешные руководители, подумав, всё-таки решают открыть зарплатный проект в «Альфа-Банке». Альфа-Банк. Слоган для РФ, 2012.

Подстройка и ведение. Вопросы, на которые Рефлексивный человек Хочет получить ответы

Коммуникация с рефлексивным человеком имеет важные особенности. В ходе общения вам необходимо показать себя как серьезного, статусного, спокойного, организованного и влиятельного человека. Вам нужно неторопливо разъяснить нюансы вашего дела, предоставить имеющуюся аналитику и возможность подумать над вашим предложением в ходе беседы или после нее. Также рекомендуется самому поразмышлять над своим предложением вслух. Ответ на следующие вопросы позволит вам более полноценно и целенаправленно подстроиться к такому собеседнику.

Перечислите несколько фактов, подтверждающих выгодность вашего предложения для партнера.

Расскажите о прямых и косвенных выгодах, которые получит ваш партнер в результате этого проекта. Раскройте механизм получения выгоды.

Намекните, что есть еще более выгодные варианты, о которых имеет смысл подумать дополнительно.

Подробно опишите процесс устранения самой большой сложности на пути реализации проекта.

Если партнеру необходимо время для размышления, то попросите его за это время обдумать его степень участия в нем.

Итоги

Подводя итоги описания метапрограммы «Рефлексия», обобщим ее сильные и слабые стороны. Понимание этих особенностей позволит вам целенаправленно подготовиться к коммуникации с рефлексивным человеком и эффективно достичь поставленных целей.

«Минусы» Рефлексии

1. Невысокая инициатива и ограниченная исполнительность: не склонны прилагать дополнительные (чрезмерные) усилия для достижения (рабочих) целей.
2. Трудности в принятии решений в условиях стресса, недостатки времени и информации. Низкая адаптация к стрессовым факторам.
3. Медлительность и тенденция к нарушению сроков реализации имеющихся задач.
4. Невысокие лидерские качества. Несвойственно брать ответственность за других и команду.

«Плюсы» Рефлексии

1. Хорошие аналитические и исследовательские качества. Высокая подготовленность и ответственность. Спокойный, дружелюбный характер.
2. Плановость и систематичность в выполнении имеющихся задач. Системные и продуманные решения.
3. Долгосрочные и многогранные решения на (относительно) длительную перспективу. Решения, которые не нужно переделывать. Большие фреймы планирования.
4. Хорошие организационные и управленческие способности. Умеют работать в команде и соблюдать правила.
5. Хорошая усидчивость и адаптация к рутине и монотонности.

Активность

Общая характеристика. Основные характеристики метапрограммного полюса «Активный» противоположны Рефлексии. Отношение к действиям и общий стиль реагирования Активного человека заключаются в стремлении к активным действиям и быстрому влиянию на ситуацию для ее скорейшего изменения. Сразу после того как у Активного человека появляется мысль, он стремится попробовать реализовать и проверить ее на практике. В выраженных случаях активные люди предпринимают действия по реализации задуманного даже без должного анализа не только самого процесса (плана) реализации, но и порой без понимания его последствий. Часто это приводит к большому количеству лишних, «никому не нужных действий», которые приводят к «никому не нужным результатам» или к так называемой «имитации бурной деятельности». Как следствие, из-за перманентной спешки и невнимательности Активный человек в ходе реализации своих решений часто упускает некоторые важные моменты и возможные подводные камни, что приводит к необходимости заново переделывать и исправлять первоначальный результат. Также это существенно сказывается на стратегии планирования: Активному человеку весьма свойственно удовлетворяться временными решениями и недалеко идущими планами: какой смысл в постоянстве и далеких планах, если есть более притягательная цель – уже сегодня и сейчас сделать что-то, чтобы повлиять на существующую ситуацию. Стремление к постоянной активности и действиям приводит к тому, что ситуации, требующие трезвого анализа, расчета, ожидания и терпения, воспринимаются им почти как стрессовые. Ситуации, когда на желаемый результат (больше) нельзя повлиять, от него никак не зависят, и нужно лишь подождать и посидеть «сложая руки», являются значительным демотивирующим фактором и тщательно избегаются.

Динамичность и деятельность активных людей ярко проявляется в их личностных качествах. Их можно охарактеризовать как бодрых, гибких, говорливых, общительных, предприимчивых, эмоциональных, вспыльчивых, требовательных, харизматичных, целеустремленных и др. Активные люди весьма подвижны, их жесты и движения всегда ориентированы на действия. Походка и жестикуляция быстрые, направлены на доминирование и расширение зоны своего влияния. Скорость речи выше средней, интонирована и разнообразна по характеристикам. Активность уменьшает устойчивость картины мира и усиливает склонности к современным ценностям: успех, достижения, индивидуальность, креативность, общение, развлечение, страсть, юмор и др. С метапрограммным полюсом «Активный» связаны коммуникативные, творческие, управленческие и лидерские качества.

На бытовом уровне таких людей называют вечными «живчиками», «энерджайзерами», «энергетиками» и т. п.

Внешний вид и окружение

В целом внешний вид, окружение и близкие контексты оцениваются с точки зрения многих критериев, особенно таких как «удобно», «комфортно», «просто», «свободно», «спортивно».

Одежда и внешний вид более раскованны по сравнению с «Рефлексией», имеют тенденцию к комфорту, простоте и свободному стилю. Без симпатии относятся к сковывающей и грубой одежде. Гардероб разнообразен и постоянно пополняется, имеется одежда для совершенно разных контекстов. Одежде и гардеробу в целом уделяется достаточно большое внимание. Легкий недостаток в одежде – уважительная причина для смены вещи.

Домашняя обстановка современна, сохраняет пространство свободным, без лишних предметов и аксессуаров. Из-за неусидчивости рабочее место и пространство может периодически меняться: вчера человек работал за столом, сегодня – в кресле, а завтра – в каком-нибудь другом месте. При этом рабочее место должно быть достаточно просторным, сохранять возможность движения и физической активности. Уборкой рабочего пространства Активный человек занимается достаточно часто, но не особо качественно.

Образ жизни и характерное поведение

Общение с людьми и участие в важных жизненных событиях формирует стремление находиться на первых (лидерских) ролях и непосредственно влиять на людей и события. Базовые установки в коммуникации характеризуются следующими фразами: «никто кроме меня», «чем быстрее, тем лучше», «как потопаешь, так и полопаешь», «главное начать, а дальше – разберемся», «если не я..., то меня».

Образ жизни связан с деятельностью, активностью, движением. Инициативен, часто вмешивается не в свои дела. Говорлив, может «влезть» почти в любой разговор, не особо понимая, о чем он. Хороший оратор и рассказчик, является инициатором общения. Подвижен, с активной жестикуляцией и относительно быстрой речью. **Время от момента зарождения мысли или идеи до начала ее практической реализации минимально.** Характерно быстрое, активное поведение и речь, легкая спешка, стремление к быстрым несложным выводам и действиям. Базовое восприятие мира – активная конкурентная среда, в которой «кто первый встал, того и тапки».

Получаемое образование имеет склонность к гуманитарным дисциплинам. Сферы деятельности относительно современные, предполагают возможность двигаться, перемещаться, а не сидеть на одном месте и ждать. Образование и основная деятельность связаны с коммуникативными, творческими, управленческими и лидерскими задачами. Несвойственны профессии, связанные с большим количеством однообразной малоподвижной работы.

Часто желает претендовать на ведущие и лидерские роли в выбранной им сфере деятельности. Ведет активный образ жизни, занимается подвижными видами спорта. Если концентрируется на небольшом количестве задач, то является хорошим реализатором. Избегает излишних раздумий и теоретизирования, всё проверяет на практике и личном опыте. Имеет склонность к стремлению к острым ощущениям и дополнительному адреналину.

Способности и навыки

Принятие решений. Предпочтение отдается быстрым и простым решениям. Считает нормальным действовать «сходу», не откладывая «на потом». Быстро приступает к реализации принятого решения, очень свойственны импульсивные решения и действия без четкого понимания их последствий, особенно в стрессовых ситуациях. Нетерпелив. Активному человеку в целом не характерна неуверенность в принятых решениях, появление которой является чувствительным стрессовым фактором, как и ситуации длительной неопределенности. Например, активному молодому человеку, начавшему ухаживать за девушкой, достаточно быстро необходима будет определенность в перспективах их дальнейших отношений; в противном случае отношения прерываются. В компаниях и группах инициативен и часто принимает решения за других.

Память образная. Больше основана на интенсивных событиях и ярких эмоциональных состояниях, «телесных и двигательных» воспоминаниях без значительного использования логики, объяснений и аргументаций.

Мотивация основывается на субъективном понимании простоты и быстроты реализации желаемого. Кратковременная мотивация сильна, долгосрочная – слабая. Идеальная цель реализуется быстро и просто. **Мотивация теряется при понимании того, что цель будет реализовываться долго и нелегко; соответственно, реализация этой задачи прекращается.** Для повторного запуска мотивации необходимо еще раз показать, что всё достаточно просто и быстро, и предложить осуществить какие-то конкретные простые шаги по реализации цели.

Творчество основывается на поиске новых прорывных идей и подходов. Часто творчество сильно связано с близким общением, коммуникацией, радостью и нередко – алкоголем. Творческий процесс коллективен, зачастую идеен, а не детален. Наиболее продуктивное творческое состояние – в команде единомышленников. Творческий кризис связан со скукой, отсутствием смены обстановки, общения в «тусовке», новых контактов и значительного количества рутинной деятельности.

Конфликт. Активно вступает в конфликт, иногда даже тогда, когда в этом нет необходимости, часто при этом чрезмерно реагируя на внешние раздражители. В конфликте действует жестко, преувеличивая его значимость. **Конфликт скорее является способом расширения, а не защиты собственных интересов.** Нередко является сторонником быстрых и силовых решений противоречий. Поддерживает значительное количество «тлеющих» конфликтов, потому что в основном они до конца не урегулируются. Прямой конфликт для них предпочтителен ожиданию того, что всё изменится само собой, выжиданию и терпению.

Ценности и критерии

Ценности связаны с коммуникацией, творчеством, лидерством и управлением. Среди них: амбиции, веселье, вызов, гибкость, драйв, жизнерадостность, известность, индивидуальность, инициатива, креативность, кураж, лидерство, обаяние, общительность, оптимизм, подвижность, популярность, развлечение, свобода, секс, скорость, спонтанность, стиль, страсть, творчество, успех, экстравагантность, энергия, эффективность, юмор.

Базовые убеждения картины мира

Чем быстрее и проще, тем лучше. Чем раньше, тем лучше.

Мир конкурентен и изменчив. У того, кто начинает первым, шансов на выигрыш больше.

Если что-то делается долго, – значит, не делается совсем.

Чем дольше мы будем об этом думать, тем меньше у нас будет желания что-либо сделать.

Всё может очень быстро поменяться, значит, нужно торопиться.

Всё зависит от меня. Я могу и должен позаботиться о себе сам.

Быстрее, выше, сильнее. Прямо сейчас!

Лучше жалеть о том, что что-то сделано неправильно, чем о том, что вообще не сделано.

Действие лучше бездействия.

Куй железо, пока горячо (не отходя от кассы). Время – деньги.

Длительные обдумывания и совещания только вредят. Достигать полного согласия со всеми – долго и бессмысленно: проще заставить и взять ответственность на себя.

Без собственной инициативы с места ничего не сдвинуть.

Главное – открыть (начать) проект, а там – разберемся.

Самое страшное наказание – ждать в ситуации, когда от тебя ничего не зависит.

Ко всему подготовиться невозможно: будем решать проблемы по мере их возникновения.

Я не могу не сказать о своей точке зрения. Даже если у меня не спрашивают.

Речь и лингвистика

В речи часто используются:

- яркие эмоциональные окраски и оценки происходящих событий с частым использованием ненормативной лексики;
- конструкции с активным залогом и активными, конкретными глаголами («я выбил всю необходимую мне информацию...», «мы владеем полной информацией, а значит, решение должно быть таким...»);
- глаголы и утраченные перформативы;
- повелительное наклонение;
- незначительная внимательность к аргументации и словам собеседника, нетерпеливость;
- тенденция к многословию и быстрой речи;
- побудительная и воодушевляющая интонации;
- быстрый, меняющийся темп голоса, яркие выделения важных слов и критериев. Интонации и скорость речи в одном разговоре могут значительно меняться.

Невербальные характеристики

Мимический паттерн лица часто и быстро меняется. Лицо и мимика активные и подвижные. Эмоции выражаются в полной мере, почти не сдерживаются; контроль над ними слабый.

Жестикуляция часто активная, широкая, выражает бодрость действия и подчеркивает выделяемые в речи слова. Подвижен и неусидчив, часто меняет положение тела, при этом в движениях значительно выражена мелкая моторика: перебирание пальцев, покачивание ногой и пр. Достаточно говорлив, с ходу вмешивается в разговор, любопытен, склонен «совать нос не в свои дела» и решать за других, что им делать.

Более склонен к эмоциям гнева, радости, удивления и страха. Эмоциональные состояния меняются быстро. Амплитуда эмоций велика: эмоциональное состояние быстро развивается, достигает пика и спадает.

Походка быстрая, не любит ходить прогулочным шагом. Тело чаще несколько сковано и напряжено. В коммуникации склонен заходить в личное пространство партнера по общению.

Стереотипы мышления

Нуждается в движении, действиях и возможности влиять на происходящие события. Малоэффективен в ситуациях рутинной деятельности, долгосрочного планирования, ожидания и невозможности повлиять на развитие ситуации.

Мышление сосредоточено на конкретных действиях и фактах и способах достижения желаемого состояния или цели.

Хорошие навыки тактического планирования: начинать дела и проекты легко, завершать – очень трудно.

Личностные качества, характерные для метапрограммы «Активный»

Метапрограммный локус «Активный» может иметь разную степень выраженности. Как и прежде, мы выделяем три степени: легкая, средняя и значительная. Каждая степень выраженности этого метапрограммного профиля способствует развитию определенных личностных качеств.

Для легкой степени выраженности метапрограммы «Активный» характерны следующие личностные качества: авантюрный, бодрый, веселый, ветреный, воодушевляющий, гибкий, говорливый, демонстративный, деятельный, динамичный, жизнерадостный, заинтересованный, изобретательный, импульсивный, индивидуалистичный, колкий, коммуникабельный, контактный, красноречивый, креативный, лицемерный, любопытный, неосторожный, несерьезный, нетерпеливый, неусидчивый, обаятельный, общительный, оптимистичный, оригинальный, открытый, подвижный, предприимчивый, раскованный, решительный, смешной, сообразительный, страстный, творческий, увлеченный, щедрый, эмоциональный, энергичный, артистичный, сексуальный, соревнующийся, экспрессивный.

Для средней степени выраженности: авторитарный, азартный, алчный, амбициозный, быстрый, властолюбивый, вспыльчивый, высокомерный, дерзкий, директивный, небрежный, недоверчивый, откровенный, порывистый, привередливый, прямолинейный, работоспособный, ревнивый, стильный, требовательный, харизматичный, хитрый, целеустремленный, циничный, язвительный, доминантный, сконцентрированный, волевой.

Для значительной степени: агрессивный, беспокойный, бесстрашный, бойкий, вызывающий, деспотичный, жестокий, завистливый, критичный, наглый, непокорный, нетерпимый, неунывающий, раскрепощенный, хваткий, честолюбивый, контролирующий.

Поскольку, как и все остальные метапрограммные профили, «Активный» способствует развитию очень большого количества личностных качеств, **количественное ранжирование выраженности метапрограммы является важным аспектом профилирования личности.** Количественная оценка выраженности метапрограммы позволяет правильно перевести его в свойственные именно этому человеку личностные качества.

Влияние на личные и семейные отношения

Активные люди проявляют свою активность и в личных отношениях, что будет проявляться в высокой коммуникабельности, инициативности и деятельности. Активный человек первым устанавливает контакт, знакомится, интересуется, выступает с инициативой и пр. Зачем затягивать, если всё можно сделать быстро? Вследствие этой установки процесс знакомства может быть неформальным, целенаправленным, быстрым, а результаты этого знакомства, хотя бы первые, должны быть получены уже в обозримой перспективе. В идеале – нужно соответствовать фразе «Пришел, увидел, победил», и так несколько раз, то есть всё быстро, понятно, без ненужных размышлений и сюсюканий. В целом на «личном фронте» у активного человека достаточно большое количество таких «побед», во всяком случае, ощутимо больше, чем у рефлексивного. Эти характеристики еще более усиливаются в состоянии стресса или алкогольного опьянения, и могут принимать даже гротескный вид.

Отношения скорее будут не поддерживаться, а управляться ими: крайне редко активные люди готовы смириться с ведомой позицией в семье. Это может быть «ведение», «взаимное партнерство», но «ведомость» почти не встречается.

Склонность к риску и лояльность

Имеется некоторый риск совершения спонтанных, импульсивных, непродуманных действий, особенно в состоянии психоэмоционального напряжения. По большому счету, именно с этим и связано большинство ссор и конфликтов активного человека: где-то просто сказал лишние слова, а где-то совершил лишние действия. **Многие активные люди бывают очень азартны.**

Лояльность в данном случае не определяет тот или иной паттерн, а зависит от комбинаций с другими метапрограммными полюсами.

Профессии и трудовая деятельность

Метапрограммный полюс Активности в основном направляет профессиональную деятельность человека в сторону решения коммуникативных, творческих, управленческих и лидерских задач, которые, в свою очередь, развивают и усиливают данный метапрограммный полюс. Это явление хорошо объясняет так называемый цикл развития лидерства, заключающийся в следующем: на начальном этапе развития лидер часто демонстрирует такие качества, как жизнерадостность, деятельность, коммуникабельность, креативность, предприимчивость (и др.; см. личностные качества, соответствующие легкой степени выраженности метапрограммного профиля «Активный»). Со временем, при дальнейшем (неизбежном?) усилении данного метапрограммного полюса, лидер становится более авторитарным, амбициозным, директивным, недоверчивым, ревнивым, харизматичным (и др.; см. личностные качества, соответствующие средней степени выраженности «Активности»). На завершающей стадии лидер становится более агрессивным, деспотичным, нетерпимым и контролирующим (см. личностные качества, соответствующие выраженной степени метапрограммы «Активный»).

Приведем примеры наиболее характерных сфер деятельности человека с метапрограммой «Активный»:

Коммуникативные задачи: журналист, продажи, переговорщик.

Творческие задачи: диджей, актер, артист.

Управленческие задачи: менеджеры среднего и средне-низкого уровня.

Лидерские задачи: организаторы, предприниматели, командный стартап.

Адаптационные механизмы и сублимация

Как и в противоположном случае, ситуации, требующие от Активного человека яркого проявления метапрограммного профиля – «Рефлексии», являются значительным стрессовым фактором. Как мы указывали в предыдущем разделе, это во многом связано с базовыми свойствами нервной системы.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.