

КНИГА-ТРЕНАЖЕР

Алексей Филатов

ПСИХОДИАГНОСТИКА

ЯЗЫК ЖЕСТОВ

МИМИКА ЛИЦА
И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ

ЧТЕНИЕ МОТИВОВ

СТРАТЕГИИ
ВЫЯВЛЕНИЯ ЛЖИ

РЕЧЬ
И ГЛУБИННЫЙ
СМЫСЛ

КАК РАЗБИРАТЬСЯ
В ЛЮДЯХ
И ПРОГНОЗИРОВАТЬ
ИХ ПОВЕДЕНИЕ

Алексей Владимирович Филатов

Психодиагностика

Серия «Практический тренинг»

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=23461306

*Психодиагностика. Как разбираться в людях и прогнозировать их поведение: АСТ; Москва; 2019
ISBN 978-5-17-110909-7*

Аннотация

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.

Содержание

Благодарности	5
Для кого эта книга	6
Как пользоваться книгой	9
Профайлинг: Первое знакомство	10
Инструментарий профайлинга	14
Глава 1	19
История появления и прикладного использования метапрограмм	19
Метапрограммы: Детализация паттернов	23
Глава 2	25
Мотивация от	27
Мотивация к	45
Метапрограмма мотивации	64
Глава 3	66
Внутренняя / Внешняя референция	66
Внешняя референция	67
Конец ознакомительного фрагмента.	70

Алексей Филатов
Психодиагностика.
Как разбираться в
людях и прогнозировать
их поведение

© Филатов А., текст

© ООО «Издательство АСТ»

* * *

Благодарности

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.

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 представит 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 рынка.

3. Собственникам бизнеса и переговорщикам. Точное знание об истинных мотивах и приоритетах 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, вы сможете более прагматично оценивать новые и текущие проекты и не тратить зря время на тех людей, с которыми не по пути.

4. Полиграфологам и профайлерам. 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. Психологам и коучам. 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 аспек-

тов 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 интересующимся профайлингом. Если вам интересна тема прикладного профайлинга и «чтения людей» – эта книга будет для вас новым открытием, поскольку в нем 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 заключении 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 практичная 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 прогностики 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 уметь использовать эти знания в коммуникации с ними. Для ваших 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. Друже-

ские 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 причины 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.

Подводя итоги, мы еще раз подчеркнем широкую точку приложения профайлинга в деловой коммуникации. Знания профайлинга помогут увеличить эффективность деловых

вой 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 только 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 могут вам дать, если вы не умеете на основе этой информации строить прогнозы на его поведение в интересующей вас ситуации.

Итак, обобщенно весь инструментарий профайлинга можно разделить на 3 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 вербального и невер-

бального поведения исследуемого человека. Полный профиль раскрывает информацию практически обо всех аспектах жизни и содержит в себе следующие сведения:

- Индивидуальные привычки мышления, поведения и восприятия информации с прогностикой его поведения 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? Какие 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 кон-

фликти и комплексы, а также как и где они проявляются.

- Привычные способы принятия решений, обучения, самотивации 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, которые могут интересовать современного человека. Тем не менее, думая о своих близких, практически каждый задавал себе вопросы из этого списка и отвечал на них в силу собственного опыта и компетенции. 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 направлено 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

Метапрограммы

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 достаточно расплывчаты и неточны. Между тем при правильном определении метапрограммы могут значительно повысить эффективность в 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 нами в книге **схема описания метапрограмм в таком полном виде до**

сих пор не была представлено нигде ранее.

В 1957 года 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 механиз-

мы, 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 его 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, CEB

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 выборов, 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 име-**

ет убедительное и доказательное основание , а не ориентируется на необоснованные 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, позволяющую 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) действия, от которых человек субъективно получает удовольствие;

Б) действия, жизненно необходимые.

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 реализацией. 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 оцениваются

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» име-

ет 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», характерны 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 наступает 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 могут быть восстановлены 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, перфекционизма, 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 пред-

ложения – 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. Частое напряжение 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 и периодическому возникновению форс-мажоров и авралов.

Планирование подчеркнуто пессимистическое и консервативное. Юмор – подчеркнуто черный.

Личностные качества, характерные для «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, значительно усиливают формирование определенных личностных качеств, интенсивность проявления которых зависит от степени выраженности «Мотивации ОТ».

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

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

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

Таким образом, некоторая интеллигентность, тщательность и обходительность связаны 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, безгловым, 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 подстраивать 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 значительного 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», значительно в 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 тяготением к профессиям

и трудовой деятельности с контролируемыми, устраняющими, защитными, исправляющими и анализирующими задачами.

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

Помогающие профессии: врачи, юриспруденция, страховщики.

Аналитические профессии: бухгалтеры, экономисты, трейдеры, аналитики, контролеры.

В случае когда были выбраны другие 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 все может быть. Особенности мышления, характера и поведения даже без внешней помощи направят его на деятельность с контролирующими 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 корректировки 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 берез, составлявших лес, в десять раз толще и в два раза выше каждой березы. 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 березами. 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! Все одно и то же, и все 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, про-

езжая по лесу. Цветы и трава были и под дубом, но он, все 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 пришел 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 факт того, 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 паттерна «Мотивации ОТ».

Все 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 бьемся 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 в 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 разде-

ление 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 позиции. Таким образом, особенность целеполагания человека с «Мотивацией К» заключается в большом количестве планов порой при их незначительной проработке и недостаточных действиях в 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 их 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 тренд на развитие 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 некомфортная окружающая обстановка и чем внутренне психологически более нересурсна, тем ниже мотивация. **Мотивируют творчество, креатив, создание нового, субъективное понимание возможности и желания, а не необходимости и долженствования.**

Творчество. Наиболее продуктивное творческое состояние – уверенность в собственных способностях, успе-

хе 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 все. 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 людей с Мотивацией 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 зависит 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, работо-

способный, 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 и 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 человека с «Мотивацией 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 ее замены 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: журналисты, артисты, официант.

Организационные профессии: менеджеры, стар-тап-менеджмент, 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

сти

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 смотра войск двумя им-

ператорами перед Аустерлицким сражением.

«...Ростов, стоя в первых рядах кутузовской армии, к которой к 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, все 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 реву всей той линии, которую уже проехал государь.

Ростов стоял недалеко от трубачей, издавек своими зоркими глазами узнал государя и следил за его приближением. Когда государь приблизился на расстояние двадцати шагов, и Николай ясно, до всех подробностей, рассмотрел пре-

красное, молодое и счастливое лицо императора, он испытал чувство нежности и восторга, подобного которому он еще не испытывал. Все – 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.

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 теплых 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.

Найдется все. 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 более сознательно 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-мажорам, 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 не предметно, «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 данные.
4. Положительное и внимательное отношение к новому опыту и его многообразию. Стремление к модернизации и эволюции.
5. Широкий круг знакомств и общения. Открытость, контактность, общительность, 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 вопросе полностью, перепроверяя результаты этого тестирования уже непосредственно на собеседовании. При невозможности такой перепроверки следует помнить, что **скрининговые методы диагностики имеют погрешность в районе 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

Внутренняя / Внешняя референция

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 своего собственного понимания ситуации и своих 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 и 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 – Внешняя референция и Внутренняя.

Внешняя референция

Общая характеристика. Человек с Внешней референцией склонен оценивать себя, свои мысли, действия и обратную связь 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 ин-

формация 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 референ-**

ция 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.

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.