

Прокофьева Т.Н., Прокофьев В.Г.

nabor@socionics.ru

Модель А

[В первой части статьи](#) мы рассмотрели историю этой соционической тетратомии, называемой также «Квадрат» или «Группы релаксации». Мы описали наш первый эксперимент по уточнению ее содержания.

В этой, второй части статьи мы рассматриваем, что общего в моделях А типов, входящих в изучаемые малые группы (МГ), и описываем результаты следующих этапов эксперимента с этими МГ, но с другими составами испытуемых. Новые полученные результаты подтвердили ранее сделанные (в первой части статьи) выводы. В статье также даны ответы на вопросы, которые были заданы участниками научного семинара по этой теме.

Статья будет полезна для социоников, управленцев и психологов.

[Следующая \(третья\) статья этого цикла](#) посвящена особенностям техник практического применения тетратомии.

Ключевые слова: соционика, модель А, эксперимент, планирование, тип информационного метаболизма, тетратомия, малые группы, группы релаксации, группы «Квадрат»

Теоретический анализ свойств малых групп «Стилей планирования».

На этом этапе мы проанализировали общие структурно-функциональные особенности моделей А типов по этим малым группам. Это оказалось не простой задачей, но нам удалось найти то, что было общего в моделях А ТИМов внутри каждой МГ. Мы исходили из того, что различия в «стилях планирования» должны касаться отличий в

положении в модели А рациональных и иррациональных функций и в первую очередь места функции, как отвечающей за планы.

У рациональных ТИМов все акцептные функции (1, 3, 5, 7) рациональны (□) – восприятие целей контролируется разумом, фильтруется.

Все продуктивные функции (2, 4, 6, 8) иррациональны (■) – выбор методов вариативен, восприимчив к ситуации.

Это мы можем видеть на примере МГ 1 и МГ 3

МГ 1. «Этапное» планирование

ЛИЭ			ЛСИ		ЭИЭ			
Вербальный блок	■	△!	□	●!	└	△!	└	●!
Лаборный блок	○	└	▲	└	○	■	▲	□
Вербальный блок	●!	└	△!	└	●!	□	△!	■
Лаборный блок	□	▲	■	○	└	▲	└	○

Функции в ценностных блоках (ЦБ) – ценность времени и силы (престижа)

МГ 3. «Стабильное» планирование

ЛСЭ

■	○!	ЦБ
△	└	
▲!	└	ЦБ
□	●	



ЛИИ

□	▲!	ЦБ
●	└	
○!	└	ЦБ
■	△	

ЭСЭ

└	○!	ЦБ
△	■	
▲!	□	ЦБ
└	●	

Второй тип восприятия информации (ИЭ) не связан с тем, что информация о ней поступает извне, а с тем, что информация о ней поступает изнутри.

Второй тип восприятия информации (ИЭ) не связан с тем, что информация о ней поступает извне, а с тем, что информация о ней поступает изнутри.

Второй тип восприятия информации (ИЭ) не связан с тем, что информация о ней поступает извне, а с тем, что информация о ней поступает изнутри.

ИЛЭ

▲!	□	ЦБ
└	●	
└	○!	ЦБ
△	■	

СЛИ

○!	■	ЦБ
└	△	
└	▲!	ЦБ
●	□	

ИЭЭ

▲!	└	ЦБ
□	●	
■	○!	ЦБ
△	└	

Второй тип восприятия информации (ИЭ) не связан с тем, что информация о ней поступает извне, а с тем, что информация о ней поступает изнутри.

СЛЭ

●!	□	ЦБ
└	▲	
└	△!	ЦБ
○	■	

ИЛИ

△!	■	ЦБ
└	○	
└	●!	ЦБ
▲	□	

СЭЭ

●!	└	ЦБ
□	▲	
■	△!	ЦБ
○	└	

Второй тип восприятия информации (ИЭ) не связан с тем, что информация о ней поступает извне, а с тем, что информация о ней поступает изнутри.

МГ 1. «Этапное планирование» /ЛИЭ, ЛСИ, ЭИЭ (2чел), ЭСИ/	МГ 3. «Стабильное планирование» /ЛИИ, ЭСЭ, ЛСЭ/
Мы сначала Δ обустроим комфорт $\bigcirc$ и быт. Узнаем, предоставляется ли нам по контракту $\bullet$ жилье или мы снимаем его сами. Также мы уточняем базовые моменты: это еда, жилье и социальная база. Обеспечено ли нам по контракту $\bullet$ посещение казино, баров, фитнес-клубов $\bullet$... борделей $\odot$... Если мы едем с семьей, то детские сады, школы. Как происходит оплата отдыха и есть ли медицинская страховка $\bullet$ $\bigcirc$? Также нас интересует представляется ли личный транспорт, т.е. мы сами довозим себя куда-либо или нам предоставляется служебный транспорт $\bullet$? Нам интересно, если мы едем в страну другого языкового типа, то, как мы будем поднимать свой уровень, будет ли у нас обучение языку? Также мы хотели бы повышать свою квалификацию и рассматривать возможность получения МВИ $\bullet$ за счет условий контракта $\bullet$. Нам интересно, какие у нас есть возможности $\blacktriangle$ роста оплаты труда и карьерного роста $\bullet$, нас интересует, будут ли какие-нибудь командировки в другие регионы $\bullet$? Также мы хотели бы выяснить, возможно ли в рамках контракта $\bullet$ заниматься индивидуальным предпринимательством, вести еще параллельно свой бизнес? И если да, то организация собственного бизнеса. Могут ли они инвестировать в наш бизнес? насколько возможен переезд семьи в страну работы? И обеспечение семьи ... Если мы сумеем заработать денег, то мы сумеем обеспечить себя. Весь вопрос в ресурсах. Есть ресурсы, остальное не проблема ... есть у нас казино, бары, фитнес-клубы $\bullet$. А если нет, ... тогда мы это сделаем.	Мы летим на Алтай. Удивительные $\blacktriangle$, изотерические $\blacktriangle$, таинственные $\blacktriangle$ места. Мы экологи $\bigcirc$, мы узнали, что у нас такая миссия $\blacktriangle$, очень важная. Мы обсудили, что же нам будет интересно $\blacktriangle$. Кто нас встретит, какой прием. Где мы будем жить, какое расположение жилья. Как проводить свободное время Δ. Естественно, сразу же Δ, как приедем, сделаем вечеринку $\bigcirc$. Народ этот вместе соберем, устроим маскарад $\bullet$. С шаманами $\blacktriangle$ обязательно пообщаемся. И в основном будем медитировать и думать об экологии $\bigcirc$... Единение $\bigcirc$ $\blacktriangle$ с природой – наша работа... Перевезем все семьи, потому, что там такое место силы $\blacktriangle$... Когда будет конец света $\blacktriangle$ $\bigcirc$ только Алтай спасется $\blacktriangle$ $\bigcirc$.

Итого по аспектам (соответствует ли прогнозу?): ●●●●●●●●●● – да △ – нет ○○ – да ▲ – да 11/2 и 1/1- это соответствует нашему прогнозу (маловато только △) Анализ по признакам: 1. «Рациональность» - через все выступление прослеживается одна цель – выполнение контракта. Все ключевые моменты, даже желательный параллельный бизнес рассматриваются только в его «рамках». 2. «Беспечность» - в остальном ориентировка непосредственно по месту: <i>«будут ли ..., насколько возможен ..., весь вопрос в ресурсах...»</i> 3. «Решительность» - «С места в карьер» или сразу четкий план как по всем ключевым вопросам «поставить все точки над i»: <i>«Мы сначала обустроим комфорт и быт», «тогда мы это сделаем»</i> 4. «Этапное планирование» - Шаг за шагом по плану будут подниматься и по месту решаться вопросы.	Итого по аспектам (соответствует ли прогнозу?): ● – да △ △ – да ○○○○○○ – да ▲▲▲▲▲▲▲▲▲▲ – да 1/6 и 2/10- это соответствует нашему прогнозу Анализ по признакам: 1. «Рациональность» - Заранее принятое решение. Одна цель. Есть четкий план действий по ее достижению 2. «Предусмотрительность» - Заранее предусмотрели, проговорили все подробности от начала и до конца: <i>«что ... кто ... какой ... где ... как ...»</i>, вплоть до распределения свободного времени 3. Все действия начинаются с обсуждения: <i>«Мы обсудили... Народ этот вместе соберем ... обязательно пообщаемся»</i> 4. «Стабильное планирование» - Все вопросы подробно обсуждаются «на берегу» до запуска проекта.
---	--

МГ 2. «Свободное планирование» /ИЛЭ (2чел), ИЭЭ (2чел), СЛИ (5чел), СЭИ (3чел)/	МГ 4. «Вариантное планирование» /СЭЭ (4чел), ИЛИ, ИЭИ, СЛЭ/
В первый вечер Δ мы бухаем $\bigcirc$. Завязываем заодно там связи с местным народом, а дальше как пойдет $\blacktriangle$, может и второй вечер и третий $\bigcirc$. Связи с нужными людьми $\bullet$, знакомство с местными, поиск $\blacktriangle$ русскоязычных. Жилье недалеко от работы ищем $\blacktriangle$ с удобным $\bigcirc$ транспортным сообщением. Каждому по автомобилю. Некоторым по два $\bullet$: один с правым рулем, один с левым. У нас была мысль: сидишь за рулем одной и через окно крутишь руль второй :) Денег у нас достаточно, мы все скидываемся и покупаем где-нибудь в Арабских Эмиратах вышку. Она нам качает деньги. А мы продолжаем отдыхать $\bigcirc$. Нанимаем репертуриста по испанскому языку, а для начала переводчицу с кастаньетами $\bigcirc$. Потом смотрим места отдыха и развлечений $\bigcirc$. Хотим всяких удовольствий $\bigcirc$. Достать медицинскую страховку $\bigcirc$. Рассматриваем варианты $\blacktriangle$ с собственным бизнесом, магазинчик там прикупить. Ну, вышку уже купили. Узнать законы местные, чтобы удобнее $\bigcirc$ машину водить, не сильно попадать... Мобильная связь и интернет, ... если нас уже взяли на работу, чего заморачиваться то?.. Может $\blacktriangle$ с нуля организовалась компания и нужны все специалисты, все мы. И нас так случайно $\blacktriangle$ набрали из России.	Номер ноль Δ: убедиться, что прилетели туда, где нас ждут. И потом Δ дальше. Мы покупаем себе шикарную виллу $\bullet$ на берегу моря. Потом каждому по машине с личным водителем $\bullet$ обязательно. Вечером в первый день Δ устраиваем поход в ресторан $\bullet$. Потом мы ходим на экскурсии с целью исследовать $\blacktriangle$ местность, куда мы приехали. Собственно куда мы приехали, мы не знаем, но куда-нибудь туда, где море есть. Потом Δ искать тренинговые центры $\bullet$ повышения квалификации по той работе, что нас пригласили для саморазвития Δ. Учить язык. Каждому участнику найдем развлечение, именно кому, что нравится. Ты про арабский не забудь (в сторону МГ2), у вас же вышка есть. Потом Δ у нас есть такой коварный план Δ в неформальной $\bullet$ обстановке познакомиться с нашими конкурентами, не открывая $\blacktriangle$, кто мы есть на самом деле. Расположить их к себе. И последним пунктом мы записали шопинг, если кому чего нужно. Если кому чего обязательно нужно. Это главный пункт $\bullet$... На раз, по приезду Δ... Когда разберемся, что туда, куда надо прилетели. А то может какая-то фикция «Приезжайте, мы Вам все оплатим». Приезжаем, а там бордель $\bigcirc$.

Итого по аспектам (соответствует ли прогнозу?): ● ● – да △ – да ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ – да ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ – да 2/9 и 1/6- это соответствует нашему прогнозу Анализ по признакам: 1. «Иррациональность» - Открытые к восприятию. Интерес к новым возможностям, вариантам. Не упомянута не только главная цель - цель контракта, но даже слово такое ни разу не произносится 2. «Беспечность» - Предварительные договоренности даже не обсуждаются: <i>«а дальше как пойдет, может ... ищем ... скидываемся и покупаем где-нибудь ...смотрим места... Хотим ... Достать ...»</i> и т.д., готовы рассматривать наличие/отсутствие желаемых условий непосредственно по месту 3. «Рассудительность» - Действия начинаются с - <i>«Завязываем ... связи ... нанимаем репетитора ... переводчику ... смотрим места... Рассматриваем варианты... чтобы удобнее»</i> («рассудительность») 4. «Свободное планирование» - Планирование лишь на уровне стеба: <i>«Каждому по автомобилю. Некоторым по два»</i>. Цели легко появляются, свободно меняется их приоритетность, сводятся к тезису: <i>«а дальше как пойдет»</i>	Итого по аспектам (соответствует ли прогнозу?): ● ● ● ● ● ● – да △ △ △ △ △ △ △ △ – да ○ – да ▲ ▲ – да 6/1 и 8/2- это соответствует нашему прогнозу Анализ по признакам: 1. «Иррациональность» - Несколько планов, нет главного, только стеб по этому поводу 2. «Предусмотрительность» - К делам приступают, заранее проводя предварительную подготовку: <i>«с целью исследовать местность»</i>, <i>«Когда разберемся, что туда, куда надо прилетели»</i>, <i>«познакомиться с нашими конкурентами, не открывая, кто мы есть»</i>. Проявляют беспокойство, все ли предусмотрели?: <i>«А то может какая-то фикция»</i>. 3. «Решительность» - Приступив к делу, действуют быстро. Минимум рассуждений, максимум действий 4. «Вариантное планирование» - Запланировано сразу несколько целей, вариантов приложения усилий, но если в каком-то варианте что-то идет не так – это напрягает: <i>«Когда разберемся, что туда, куда надо прилетели...»</i>
--	--

Вопрос: Укажите, какой из стилей планирования наиболее соответствует описанию в кейсе (или нескольких, если это возможно)



МГ 1. Этапное планирование	МГ 3. Стабильное планирование
У нас журнал был, женский. И мы привлекли имиджмейкеров●, мы привлекли инвесторов, спонсоров●, рекламщиков, различных рекламодателей, на первых парах. Мы привлекли шеф-поваров самых лучших ресторанов Москвы.● Мы привлекли специалистов по моде и стилю △ Как женских, так и мужских, и сделали из нашего обычного, среднего женского журнала – интернет журнал, приложениями к которому являются интернет-портал●, где люди смогут обсудить свои проблемы. Так же сайт знакомств у нас там есть, и, поскольку на сайте знакомств встречаются мужчины и женщины, соответственно, такой небольшой детский раздел тоже есть. У нас есть реклама в социальных сетях различных, и как выход из этого всего, что бы расширить● мы сделали мобильное приложение. Мобильное приложение - это расширение портала●, которое будет доступно из дома, с телефона, с работы	У нас есть идейные вдохновители ▲, то есть радость людям мы несем, а нам помогают наши аналитики. В чем же радость...? 10 лет ребенок проводит в школе. 11 лет, да △? Все проводят. Спросить «Кто был счастлив в школе?» 1, 2, 5, 7- ну процентов 15 – счастливы, остальные 85-нет. Ну что ж попробуем сделать счастливыми будущее поколение △. Каким же образом? ▲ Какой инструмент в наших руках? Соционика. И, поработав в школе, есть у нас такая идея ▲. Группа выдает вот что. Чтобы наши дети не рвались за границу, чтобы в школу ходили с радостью. Для этого нужно начать с начальной школы, вообще надо конечно с детского сада, но у нас – школа. Значит изначально - мы типизируем всех учителей, весь педсостав, а можно даже нянечек, то есть всех в школе ● - мы знаем, кто есть кто ▲. Ну, я директор школы, иначе я не принимаю на работу, извините. Только протипизированных. Приходят детки в школу. В первый класс, мы опять их типизируем, сейчас можно оказывать платные услуги. Ну, извините, если они хотят попасть в мою элитную школу ● - придется им раскошелиться и заплатить, никуда не денутся господа родители, а иначе тоже не берем в школу. Протипизировали. И тут - мы знаем учителей, составляем классы, по группам. В данном случае по квадратам. Чтобы деткам было комфортно ○ работать. Ну, если у вас 4 класса, 4 квадраты-гениально ▲. Ну, если 4 не набрались, то можно разделить по рядам, посадить. Все чудесно. Детки у нас работают. Учителя мы приводим в класс обязательно из той же квадраты. Что бы он слышал детей. Мы о чем говорим: соционика, информационные потоки. Так вот, что бы детки нас слышали, они должны быть с нами из одной квадраты. Понятно да?. И детки у нас таким образом учатся.

11/0 и 5/0, что соответствует
нашему прогнозу

2/4 и 3/9, что соответствует нашему прогнозу

МГ 2. Свободное планирование	МГ 4. Вариантное планирование
Мы решили заняться туристическим бизнесом и для того, чтобы развить нашу компанию и придать ей еще больше каких-то там новых усовершенствованных вещей, мы решили обратить внимание на следующие параметры. Это имидж компании ●, это прибыль, которую она будет получать, и соответственно из этих фактов будет следовать некая структуризация, смена состава, какие-то новые идеи ▲ и т.д. Имидж решили повышать путем предложения необычных (▲, -● «имидж через необычность» - за слабость ●), каких-то, направлений туризма. В частности решили остановиться на направлении внутри Российского туризма, с какими-то экстремальными направлениями (-● «с какими-то» - за слабость ●), приближениями к природе, в менее освоенные ▲ места - Камчатка, Курилы, Алтайский край и тому подобное. В начале, на первом этапе, собрать какую-то может быть, группу клиентов, постоянных. На основе этого «раскрутить», создать себе имя●, а потом уже пустить имя на работу нашей компании. Для того что бы добиться	Сразу предыстория. △ Ситуация выглядит следующим образом. Это весь рынок ● рабочих кадров. Наша компания занимается в русском сегменте ● - это IT, не включая топ-менеджеров ●. Соответственно наша цель на протяжении лет 5-ти △ это выход на новый △ рынок, и в чем его фишка. Фишка в том, что молодая △ ... компания, привлекая специалистов сталкивается с тем, что большие пробелы в знаниях, они чего-то не умеют. Приходится ... процесс так скажем «вливания» новых △ специалистов в компанию немножечко растянут △ и плюс подходит- не подходит. И знание соционики нам здесь помогает понимать, что в некоторых специальностях некоторые знания бывают неэффективные, при всех их там заслугах ● и так далее. И соответственно мы хотим достичь следующей цели. Это выход на новый △ рынок. Есть традиционный △ HR рынок, а это рынок со школьной скамьи △.

лучших показателей нам нужна хорошая реклама.

Значит, мы готовим огромную серию роликов●, которые будут идти в телевизоре, и в интернете. Какие ролики? Сюжеты очень коротенькие, секунд по 20 △. Будут какие-то уникальные ▲ места. Такой путник, очень усталый ○, забирается в какую-то, совершенно тьму-тараканию... (-●, «какую-то» - за слабость ●). Показывают там снега. Он - первопроходец, доходит до какой-то ... (-●, «какой-то» - за слабость ●) пещеры и видит, что там уже висит логотип нашей компании●. Там чай, кофе ○ и приветственные речи нашего персонала. Или он спускается в шахту, сверхновую △, глубиной 40 километров, законсервированную совершенно, и, пробираясь, думает, что он достиг недр земли. И там ▲ (эффект неожиданности) опять видит логотип нашей компании, и слоган «Земля - твой дом».

- Можно ▲ привлечь каких-нибудь людей, личностей типа Брюс Виллиса (-●, «каких-нибудь ... типа» - за слабость ●), которые с удовольствием ○ участвуют.

- Ну и конечно растяжки, красивые яркие баннеры ●, чтобы нас узнавали, чтобы мы были узнаваемыми на рынке.

-То есть из каждого неожиданного места ▲
торчит рука со слоганом «Мы дома».

Итого по аспектам:

● ● ● ● ● ● ● / - ● - ● - ● - ● - ● (Итого: 7-6=1)

△ △

○○○

▲▲▲▲▲▲▲

1/3 и 2/7, что соответствует нашему прогнозу

Момент Δ технологии здесь еще остался вопросом... мы просто не успели Δ его обсудить с коллегами. (Еще не сделано, но вопрос в фокусе внимания – предусмотрительность) Этот рынок он такой «серенький» ●, малоисследованный $\blacktriangle$. То есть есть отдельные сегменты, в которых так или иначе отдельные компании занимаются этим, но это очень выборочно. Соответственно вся эта не закрашенная зона ●. То есть не ярко-закрашенная – это зона нашего рынка ● Мы с коллегами определили 2 основных момента. 1 - это технология, именно подготовки этих кадров под ... есть подзаголовок «инкубатор Δ кадров», то есть фактически создание этого инкубатора.

Кто выступает инвесторами, и как будет все это происходить? Есть крупные компании со стабильным приростом в мире ●, на пример Макдональдс и так далее, мы заключаем с ними контракты на платную поставку кадров с определенными критериями их эффективности. Дальше, соответственно, они нас рекомендуют. И был еще один из таких пунктов «Свои люди - Азazel» Мы внедряем свою идеологию по всему миру ●. Мы особое внимание обращаем на рекламу и на качество образования для вот этих новых △ кадров, чтобы те, кто будет заключать с нами контракты оставались довольные и

вкладывали больше инвестиций ●

Итого по аспектам:

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

△△△△△△△△△△△△△△

▲

10/0 и 13/1, что соответствует нашему прогнозу

