

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 раннее 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 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	□	▲	■	○	⌒	▲	⌒

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

МГ 3. «Стабильное» планирование

ЛСЭ

■	○!	ЦБ
△	└	
▲!	┌	ЦБ
□	●	



ЛИИ

□	▲!	ЦБ
●	┌	
○!	└	ЦБ
■	△	

ЭСЭ

└	○!	ЦБ
△	■	
▲!	□	ЦБ
┌	●	

Второй стилистический тип планирования (ЛСЭ) характеризуется ориентацией на конкретные цели, на достижение которых направлены все усилия. Вспомогательные цели являются второстепенными, они служат для достижения основной цели.

Второй стилистический тип планирования (ЛИИ) характеризуется ориентацией на конкретные цели, на достижение которых направлены все усилия. Вспомогательные цели являются второстепенными, они служат для достижения основной цели.

Второй стилистический тип планирования (ЭСЭ) характеризуется ориентацией на конкретные цели, на достижение которых направлены все усилия. Вспомогательные цели являются второстепенными, они служат для достижения основной цели.

ИЛЭ

▲!	□	ЦБ
┌	●	
└	○!	ЦБ
△	■	

СЛИ

○!	■	ЦБ
└	△	
┌	▲!	ЦБ
●	□	

ИЭЭ

▲!	┌	ЦБ
□	●	
■	○!	ЦБ
△	└	

Второй стилистический тип планирования (ИЛЭ) характеризуется ориентацией на конкретные цели, на достижение которых направлены все усилия. Вспомогательные цели являются второстепенными, они служат для достижения основной цели.

СЛЭ

●!	□	ЦБ
┌	▲	
└	△!	ЦБ
○	■	

ИЛИ

△!	■	ЦБ
└	○	
┌	●!	ЦБ
▲	□	

СЭЭ

●!	┌	ЦБ
□	▲	
■	△!	ЦБ
○	└	

Второй стилистический тип планирования (СЛЭ) характеризуется ориентацией на конкретные цели, на достижение которых направлены все усилия. Вспомогательные цели являются второстепенными, они служат для достижения основной цели.

МГ 1. «Этапное планирование» /ЛИЭ, ЛСИ, ЭИЭ (2чел), ЭСИ/	МГ 3. «Стабильное планирование» /ЛИИ, ЭСЭ, ЛСЭ/
<p>Мы сначала Δ обустроим комфорт \circ 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...</p> <p>Если мы едем с семьей, то детские сады, школы. Как происходит оплата отдыха и есть ли медицинская страховка \bullet \circ?</p> <p>Также нас интересует представляется ли личный транспорт, т.е. мы сами довозим себя куда-либо или нам предоставляется служебный транспорт \bullet?</p> <p>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.</p> <p>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?</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Мы летим на Алтай. Удивительные \blacktriangle, изотерические \blacktriangle, таинственные \blacktriangle места. Мы экологи \circ, мы узнали, что у нас такая миссия \blacktriangle, очень важная.</p> <p>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.</p> <p>Естественно, сразу же Δ, как приедем, сделаем вечеринку \circ. Народ этот вместе соберем, устроим маскарад \bullet. С шаманами \blacktriangle обязательно пообщаемся. И в основном будем медитировать и думать об экологии \circ ... Единение \circ \blacktriangle с природой – наша работа... Перевезем все семьи, потому, что там такое место силы \blacktriangle ... Когда будет конец света \blacktriangle \circ только Алтай спасется \blacktriangle \circ</p>

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: *«будут ли ..., насколько возможен ..., весь вопрос в ресурсах...»*

3. «Решительность»

- «С места в карьер» или сразу четкий план как по всем ключевым вопросам «поставить все точки над i»: *«Мы сначала обустроим комфорт и быт», «тогда мы это сделаем»*

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: *«что ... кто ... какой ... где ... как ...»*, вплоть до распределения свободного времени

3. Все действия начинаются с обсуждения:

«Мы обсудили... Народ этот вместе соберем ... обязательно пообщаемся»

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/
<p>В первый вечер Δ мы бухаем \circ. Завязываем заодно там связи с местным народом, а дальше как пойдет \blacktriangle, может и второй вечер и третий \circ.</p> <p>Связи с нужными людьми \bullet, знакомство с местными, поиск \blacktriangle русскоязычных.</p> <p>Жилье недалеко от работы ищем \blacktriangle с удобным \circ транспортным сообщением.</p> <p>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 :)</p> <p>Денег у нас достаточно, мы все скидываемся и покупаем где-нибудь в Арабских Эмиратах вышку. Она нам качает деньги. А мы продолжаем отдыхать \circ.</p> <p>Нанимаем реперритора по испанскому языку, а для начала переводчицу с кастаньетами \circ.</p> <p>Потом смотрим места отдыха и развлечений \circ.</p> <p>Хотим всяких удовольствий \circ.</p> <p>Достать медицинскую страховку \circ.</p> <p>Рассматриваем варианты \blacktriangle с собственным бизнесом, магазинчик там прикупить. Ну, вышку уже купили.</p> <p>Узнать законы местные, чтобы удобнее \circ машину водить, не сильно попадать... Мобильная связь и интернет, ... если нас уже взяли на работу, чего заморачиваться то?..</p> <p>Может \blacktriangle с нуля организовалась компания и нужны все специалисты, все мы. И нас так случайно \blacktriangle набрали из России.</p>	<p>Номер ноль Δ: убедиться, что прилетели туда, где нас ждут. И потом Δ дальше.</p> <p>Мы покупаем себе шикарную виллу \bullet на берегу моря. Потом каждому по машине с личным водителем \bullet обязательно.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Ты про арабский не забудь (в сторону МГ2), у вас же вышка есть.</p> <p>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.</p> <p>И последним пунктом мы записали шопинг, если кому чего нужно. Если кому чего обязательно нужно. Это главный пункт \bullet... На раз, по приезду Δ...</p> <p>Когда разберемся, что туда, куда надо прилетели. А то может какая-то фикция «Приезжайте, мы Вам все оплатим». Приезжаем, а там бордель \circ.</p>

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: *«а дальше как пойдет, может ... ищем ... скидываемся и покупаем где-нибудь ... смотрим места... Хотим ... Достать ...»* и т.д., готовы рассматривать наличие/отсутствие желаемых условий непосредственно по месту

3. «Рассудительность»

- Действия начинаются с
- *«Завязываем ... связи ... нанимаем репетитора ... переводчику ... смотрим места... Рассматриваем варианты... чтобы удобнее»* («рассудительность»)

4. «Свободное планирование»

- Планирование лишь на уровне стеба: *«Каждому по автомобилю. Некоторым по два»*. Цели легко появляются, свободно меняется их приоритетность, сводятся к тезису: *«а дальше как пойдет»*

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 стёб по этому поводу

2. «Предусмотрительность»

- К делам приступают, заранее проведя предварительную подготовку: *«с целью исследовать местность»*, *«Когда разберемся, что туда, куда надо прилетели»*, *«познакомиться с нашими конкурентами, не открывая, кто мы есть»*. Проявляют беспокойство, все ли предусмотрели?: *«А то может какая-то фикция»*.

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: *«Когда разберемся, что туда, куда надо прилетели...»*

© 2016 Б. ХУМАНОВ. Все права защищены. МГ «Стили планирования». Эксперимент. Часть 2. Обновлено 15.04.2016 13:47



МГ 1. Этапное планирование	МГ 3. Стабильное планирование
<p>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</p>	<p>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 протипированных. 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. Протипировали. 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.</p>

△. И люди смогут приобщаться и к моде △ и к культуре, не выходя △ ... вообще можно никуда не ходить, достать телефон и приобщиться.

- еще в качестве ангрейда будем посылать персонал на всякие стажировки, заграничные крутые журналы ●. Новый персонал, можно привлекать каких-нибудь звезд ●, в качестве редакторов, например.

- статьи заказывать, вот Потом журнал будет спонсировать ● всяческие концерты, мероприятия, пикники. Что бы все знали, какой он модный △ и продвинутый ●. И вообще что б у всех ● он был на устах. Такой замечательный журнал.

[- А название вы не сказали].

Не пришли к общему мнению. Сначала мы хотели назвать его «коктейль», а потом «Be yourself»? а потом решили «Коктейль: Be yourself»

Итого по аспектам:

●●●●●●●●●●
△△△△△

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

Начинают учиться. Дальше соционика дает очень много подсказок ▲. Включая - как посадить деток, что бы воспринимали ▲ они информационные потоки. Это очень здорово. А для организации внеклассной работы мы делим по группам. Мы можем использовать этот инструмент.

Делимся комфортно ○ Если человеку не комфортно – он идет туда, где комфортно ○, а если он слышит и понимает информацию, которую мы ему передаем, он не убогий, не дебил, он все понимает. Он успешен, ему хорошо, значит в школе он счастлив. А дальше уже - опять соционика нам помогает. Он повзрослел, а дальше проф. ориентация в старших классах. Вот тут-то мы их по клубам. В классы. Он-он и он. Потому что уже из собственного опыта знаю. Вот типировали как-то раз коллеги наши, приезжали ... были рекомендации на направление деток в старшую школу. В технарей гуманитариев. Пошел. Как вы были правы. Закончил. Поступил в самых худший ВУЗ, как нам сказали. И все. 2 Года △. Но родители физики. Куда ж ему. И он будет физиком. А мы умненькие - как положено деточек распределим по классам. И, соответственно, создадим такую чудную школу▲. Значит уровень образования повысится - дети – то все слышат и все понимают уж не на 100 процентов, на 95 уж точно. Значит там хорошо ○, значит поступаемость в ВУЗЫ увеличивается.

Раскрывается ▲ человек. Он становится самим собой, что и требовалось доказать. Значит наша школа процветает. Она не бесплатная, это понятное дело. Ну, кто ж бесплатно в наше время ... нет ребята. Умеренно платная, а главное - она человеческая.

Итого по аспектам:

●●
△△△
○○○○
▲▲▲▲▲▲▲▲▲

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

МГ 2. Свободное планирование	МГ 4. Вариантное планирование
<p>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.</p> <p>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</p>	<p>Сразу предыстория. △</p> <p>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 △.</p>

<p>лучших показателей нам нужна хорошая реклама.</p> <p>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».</p> <p>- Можно ▲ привлечь каких-нибудь людей, личностей типа Брюс Виллиса (-●, «каких-нибудь ... типа» - за слабость ●), которые с удовольствием ○ поучаствуют.</p> <p>- Ну и конечно растяжки, красивые яркие баннеры ●, чтобы нас узнавали, чтобы мы были узнаваемыми на рынке.</p> <p>-То есть из каждого неожиданного места ▲ торчит рука со слоганом «Мы дома».</p>	<p>Момент △ технологии здесь еще остался вопросом... мы просто не успели △ его обсудить с коллегами. (Еще не сделано, но вопрос в фокусе внимания – предсмотрительность) Этот рынок он такой «серенький» ●, малоисследованный ▲. 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 △ кадров», то есть фактически создание этого инкубатора.</p> <p>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 - Азазель» 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</p>
<p>Итого по аспектам:</p> <p>●●●●●●●/-●-●-●-●-●-● (Итого:7-6=1)</p> <p>△△</p> <p>○○○</p> <p>▲▲▲▲▲▲▲</p> <p>1/3 и 2/7, что соответствует нашему прогнозу</p>	<p>вкладывали больше инвестиций ●.</p> <p>Итого по аспектам:</p> <p>●●●●●●●●●●</p> <p>△△△△△△△△△△△△△</p> <p>▲</p> <p>10/0 и 13/1, что соответствует нашему прогнозу</p>

