
# Реферат

## **По основам рекламы**

на тему

**«Соционика как инструмент управления потребительскими предпочтениями»**

студента факультета рекламы

группы Р-201, дневного отделения

## **Саркитова Андрея**

Москва 2002г.

План:

1. Введение……………………………………………………..….….3
2. Основные положения соционики……………………………….3
3. Психологический тип как информационная система……….4
4. Соционическая модель информационного типа……………...5
5. Краткая характеристика некоторых соционических типов..6
6. Интертипные отношения……………………………………….11
7. Квадры…………………………………………………………….13
8. Кольца прогресса……………………………………...…………14
9. Вывод……………………………………………………………...17

Список используемой плитературы……………………………...18

1. Введение

Соционика — одна из самых молодых в мире наук и, за исключением отдельных групп энтузиастов в нескольких странах бывшего СССР, ею никто до последнего времени не занимался, **она была и остается чисто российским ин­струментом управления и рекламы.** Сейчас ситуация несколько меняется. В МГУ при кафедре психологии открыта секция соционики, в учебник по психологии, изданный в 1995 году под эгидой Государственного комитета РФ по выс­шему образованию («Основы психологии», Столяренко Л. Д.) включен раздел по соционике. Однако профессионально работающих социоников в нашей стране крайне мало.

А какова ситуация за рубежом? Начнем с того, что со­ционики как науки там не существует. Есть типология К. Бриге и И. Майерс, которая также создана на основе ис­следований К. Г. Юнга. Типология Майерс-Бригс вполне коррелируется с шестнадцатью типами, описанными в социони­ке. Однако типология Майерс-Бригс не раскрывает природу межтипных отношений, не дает инструмента их регулирова­ния, что сужает диапазон ее действия. И, тем не менее, типо­логия Майерс-Бригс получила широкое распространение во всех отраслях бизнеса США и, особенно, в рекламном деле, как имеющем своими клиентами определенные группы и ти­пы людей. С 80-х годов типология успешно работает в облас­ти организационного развития, разрешения конфликтов, со­вершенствования коммуникаций, создания имиджей и сооб­щений. Реализацией занимается Ассоциация по применению психологического типа Отто Крегера. Клиенты Ассоциации — организации всех форм бизнеса, от крупных компаний до не­больших фирм, а также правительственные институты, вклю­чая все четыре рода войск американской армии. «Типоведение является в наши дни незаменимым пособием для луч­шей организации труда, помогая создать моральную обста­новку, в которой главное богатство человечества — люди — все больше рассматривается как одна из главных составляющих успеха. Используя этот капитал, можно с максимальным эффектом добиться полного взаимодействия заказчиков и по­ставщиков, работающих по найму и нанимателей, рекламис­тов и потребителей. Такие отношения и характерны для про­цветающих компаний сегодня». (О. Крегер, Дж. Тьюстон. «Типы людей и бизнес»).

**2. Основные положения соционики**

Существует определенная закономерность, регулирующая человеческие отношения и поступки в процессе выбора (отдания предпочтений). Она определяется особенностями человеческой психики. Эти особенности не субъективны, а совершенно объективны и справедливы для любого человека, к какой бы культуре и расе он ни принадлежал. Их рассмот­рением как раз и занимается соционика.

**Соционика** — новое научно-практическое направление, представляющее собой синтез психологии, информатики, биоэнергетики — дает фундаментальную типологию. Предмет ее изучения — закономерности человеческого общения, по­нимаемые как механизм взаимодействия разных и совершен­но конкретных информационно-психических структур.

Соционика опирается на труды швейцарского психолога К. Г. Юнга, который в знаменитой работе «Психологические типы» разработал идею о том, что поведение человека не яв­ляется случайным, но поддается предсказанию и классифика­ции. Он ввел представление о двух универсальных типах — **экстравертном и интравертном,** которые, как он считал, дают возможность различать две обширные группы индивиду­умов. «Рассматривая течение человеческой жизни, — писал Юнг, — мы видим, что судьбы одного типа (экстравертного) обуславливаются преимущественно объектами его интересов. В то время как судьба другого (интравертного) определяется, прежде всего, его внутренней жизнью, его субъектом».

Помимо универсального разделения на Экстравертов и Интровертов Юнг ввел различия людей по «отдельным, основным психическим функциям». **Основными психиче­скими функциями** он считал мышление и чувствование, ощущение и интуицию, полагая, что «если привычно господ­ствует одна из этих функций, то появляется соответствую­щий тип». Поэтому он различал мыслительный, чувствующий, сенсорный, и интуитивный типы, каждый из которых, кроме того, может быть интравертным или экстравертным. Таким образом, Юнг на основе собственных наблюдений выделил восемь личностных типов.

Для **мыслительного** типа характерно стремление по­нять, объяснить существенные черты, закономерности собы­тий, жизни. Для **эмоционального** типа главное — выраже­ние отношения к событию, оценка события, «принятие или непринятие бытия», **сенсорному** (ощущающему) типу при­суще принятие событий как реальности, как факта, чув­ственного опыта, присуще умение воспринимать реальность. **Интуитивному** типу свойственна способность прогнозиро­вать будущее развитие событий и явлений, воображение.

**3. Психологический тип как информационная система**

Долгое время никто не делал попыток (по крайней мере, успешных) достаточно глубоко разработать положения, вы­двинутые в этих работах, и тем более — продолжить дальше мысль К. Юнга. Лишь в 1979 году литовская ученая Аушра Аугустинавичуте заново «открыла» великую идею швейцар­ского психолога. Она пришла к выводу, что психологический тип является врожденной психической структурой, опреде­ляющей конкретный вид информационного обмена личности со средой. Вокруг нее сложилась группа энтузиастов: мате­матики, врачи, художники, специалисты по вычислительной технике. Их совместными усилиями на фундаменте, который некогда был заложен К. Юнгом, стали возникать контуры здания новой науки, привлекая все новых и новых исследова­телей.

В чем же новизна соционики, если ее сопоставить с психологическими теориями, существовавшими до нее. Прежде всего — в отходе от специально-психологических понятий. Сделана попытка применить идею Юнга к более широкому спектру характеристик, управляющих сознанием человека. Во внимание берутся, собственно, не одни только психиче­ские реакции (как было у Юнга), но и все многообразие свя­занной с ними деятельности человека. Человек рассматри­вается как информационная система, имеющая конкретные каналы связи, с характерными для них ограничениями. Чело­веческое общение, соответственно, понимается как обмен информацией, причем термин «информация» трактуется чрез­вычайно широко: информация не обязательно может быть выражена в отвлеченных символах (среди людей улыбка, вы­разительный жест, интонация — в той же степени и даже более информативны, чем любая вербальная формула). Ин­формационный характер носят и чувства, и даже предчув­ствия, и настроение собеседника, и эстетические впечатления от произведений литературы, живописи, музыки.

Что представляет собой «информационное поле» нашего общения, чем отличаются друг от друга ««информационные каналы»: одинаково ли действуют они у разных групп людей, а если нет, то закономерна ли их неодинаковость? Как соот­носятся между собой разные типы информационных систем? Все это крайне важно понять для создания максимально эф­фективного рекламного сообщения, способного активно по­влиять на поведение человека как потребителя.

# 4. Соционическая модель информационного типа

Рассматривая человека как информационную систему, соционика создала информационную модель соционического типа, где каждая функция, являясь элементом информацион­ного обмена, находится на определенном уровне и канале информации

В психике человека выделяют четыре основных канала связи с миром: *первый —* самый мощный, он *определяет тип человека —* в зависимости от того, какая функция здесь располагается — логика, этика, сенсорика или интуиция. По этому каналу связи человек получает наиболее полную ин­формацию о мире. *Второй* канал является «продуктивным», или «творческим» — это *область принятия решений,* об­ласть активного действия. *Третий* канал характеризуется *не­высокой энергетикой,* с одной стороны, и *высокой степе­нью притязаний* человека по данной функции — с другой. Поэтому психическая функция, размещенная здесь, оказы­вается уязвимой для постороннего воздействия — это точка наименьшего сопротивления. *Четвертый* канал — *суггес­тивный, по* этой функции человек наиболее внушаем, она самая слабая из четырех. Все четыре функции (логическая, эмоциональная, ощущающая и интуитивная) представлены у каждого человека, но с разной степенью интенсивности, рас­пределены на разных каналах и по-разному проявляются в поведении человека.

Каждая функция имеет в соционике графическое и сло­весное обозначение:

— экстравертированная логика, которая в соционической интерпретации трактуется как деловая логика, эффектив­ность, целесообразность, технология поступков;

— интравертированная логика — абстрактная логика, структура системы, объективные научные теории;

— экстравертированная этика — эмоции, внутреннее со­стояние, его внешнее проявление;

— интровертированная этика — этика отношений, чувства симпатии-антипатии, любви-ненависти;

— экстравертированная сенсорика — сенсорика волевая, умение овладевать пространством, сила воли, требователь­ность;

— интровертированная сенсорика — сенсорика ощуще­ний, внутреннее состояние, самочувствие, ощущение ком­форта и гармонии;

*—* экстравертированная интуиция — интуиция возмож­ностей, способность оценить внутреннее содержание, потен­циальные возможности данного в наличии объекта;

— интровертированная интуиция — интуиция времени, предчувствие, прогноз, способность улавливать динамику развития, поэтическая фантазия, мистическое чувство.

Все эти обозначения, конечно, условны. «Этика» вовсе не означает здесь науку о морали и нравственности, а способ­ность улавливать (или выражать) эмоции. «Сенсорика» — это не только сфера ощущений, но и психическая способность, позволяющая осуществлять экспансию во внешнем мире. «Логика деловая» — сфера конструктивного, рационального действия. С логикой как с наукой она никак не связана.

Но зато «абстрактная логика», безусловно, царствует в области научных теорий, всякого рода абстракций и обобще­ний. Что касается «интуиции», то это понятие, пожалуй, наи­более адекватно своему общеупотребительному смыслу. Ино­гда в соционической терминологии используют цвет соответ­ствующего символа и тогда говорят: «черная интуиция», «белая логика» и т.д.

Соответствующим образом обозначается и психологиче­ский тип человека, у которого преобладает та или иная функция. Человека, обращенного преимущественно к миру материальных объектов, объективных идей, назовем логиком;

того, кто выражает себя в чувствах, воспринимает чьи-то симпатии и антипатии, назовем этиком. Человека, ориентиро­ванного на окружающее пространство, на овладение им или на ощущения, назовем сенсориком. А того, кто способен ула­вливать потенциальные возможности объекта или хорошо прогнозирует события, — интуитивом.

Соционика расширила список юнговских типов до шест­надцати, дала их описание, предсказала поведение того или иного типа в общении с другими, раскрыла закономерности межтипных отношений, составила таблицы межтипных отно­шений. Каждый из описанных типов имеет выраженные ха­рактеристики, легко узнаваем, имеет соционическое название и псевдоним (Интуитивно-логический экстраверт — «Дон Ки­хот»; сенсорно-этический экстраверт «Наполеон»; логико-интуитивный интроверт «Робеспьер» и т. д.).

**5. Краткая характеристика некоторых соционических типов.**

**«Есенин»** (ИЭИ) — (интуитивно-этический интроверт) или «Искатель».

На первом канале находится интуиция и прогноз, что позволяет ему хорошо предчувствовать надвигающуюся опас­ность и пробовать избежать ее (предчувствия в общем, плане, но не деталей, поэтому интуиция со знаком минус). Часто вспоминает прошлый опыт, пытаясь извлечь урок из него, долго помнит отрицательные переживания прошлого. Увлека­ется новейшими теориями, течениями мысли, размышляет о своих способностях, стремится понять себя. Чувствует тече­ние времени, но его мягкая мечтательность приводит к тому, что он никогда не спешит. Иногда мечтает жить естественной жизнью в слиянии с природой (Ж. Руссо).

2 канал — занят функцией. Поэтому эмоции, чувства про­являются внешне заметно, хотя человек и старается вести себя с людьми учтиво, мягко. Но в своей семье может быть капризным, ругаться и быть порой несдержанным. Но все чаше предпочитает согласиться, лишь бы не сориться. Ста­рается никого не принуждать и не наказывать. Чувствуя эмо­циональное состояние других людей, может их утешить, по­мочь. Эмоционально восприимчив к искусству и может увле­каться или заниматься искусством.

3 канал — уязвимое качество. С трудом дается дело­вая активность (или должен увлечься, или пробует себя за­ставить работать, но потом может забросить, отложить). Этот недостаток проявляется и в быту: ему трудно поддерживать постоянно порядок в квартире (может лениться), трудно под­держивать порядок и в финансовых делах: деньги могут ва­ляться в неподходящих местах, бывают стихийные покупки. Недостаток активности проявляется в том, что человек долго колеблется в выборе решения. Даже если этот человек вы­глядит достаточно активным, можно предполагать, что он за­ставляет себя быть таким, хотя в душе ему давно хочется расслабиться и все забросить. Самостоятельной инициативы к физическому труду не проявляет, но как только ему это предлагают делать, начинает трудиться, например, готовить еду, мыть посуду, копать и др.

**«Дюма»** (СЭИ) или «Художник».

1 канал *—* комфорт, удовольствие очень ценит. Его кредо: человек рожден, чтобы радоваться и наслаждаться жизнью, поэтому настроен на положительные ощущения и стремится их получить. Вспоминает события по ощущениям, которые они вызвали. Любит уют, хороший эстетический вкус в одежде, не любит беспорядка, особенно на рабочем месте. Природа и произведения искусства вызывают эстети­ческие ощущения, интерес.

2 канал — хорошо чувствует настроение людей, умеет ими управлять, не любит скандалы, не ссорится, усту­пает в споре (если спор не имеет для него принципиального значения), старается не наказывать детей, не принуждать. Но когда разгневан или хочет добиться своей цели, может быть эмоционально несдержан.

3 канал — трудно сделать усилие над собой, заста­вить себя сделать что-то помимо своих желаний. Не любит кропотливую работу. Если надо проявлять сверхнастойчивость в борьбе за власть — уступает. Не любит проявлять большую деловую активность. Но в то же время ценит воз­можность заработать хотя бы небольшую сумму. Если ему делают замечание на предмет отсутствия деловых качеств — обижается, но виду не подает.

**«Дон Кихот»** (интуитивно-логический экстраверт).

1 канал — ему присуще чутье, догадка при реше­нии разных задач, умеет распознать перспективу дела, потен­циальные возможности человека. Мало интересуется выго­дой, предпочитает заниматься тем, что ему интересно и тогда стать во главе дела. Его привлекает все новое, необычное;

размышляет глобально. Не любит вдаваться в детали. Любо­знателен, много читает, особенно научной литературы. Из-за своего интуитивного «погружения» бывает очень рассеян­ным — может забывать вещи, не замечать знакомых, проез­жать свою остановку.

2 канал — теоретическая логика позволяет анали­зировать информацию, выделять причины, следствия, строить свои догадки. Людей тоже пытается классифицировать по разным категориям.

3 канал — интровертированная этика, слабая эмо­циональная чувствительность в отношениях приводит к тому, что он обычно плохо чувствует к себе отношение окружаю­щих, поэтому его слова, поведение могут быть неуместны или недипломатичны. Говорит то, что думает. Ставит высокую моральную планку для себя и окружающих. Высокие мораль­ные требования к порядочности других людей. Умеет дать от­пор. Конфликтен, если задеваются интересы дела, которому он служит.

**«Бальзак»** (ИЛИ) (интуитивно-логический интроверт) или «Созидатель».

1 канал — старается предсказать будущее, даже в деталях, хорошо чувствует развитие событий, хотя и склонен к пессимистическим прогнозам. Присущи пессимизм и скеп­тицизм Скрупулезен при рассмотрении любого вопроса, пы­тается все предусмотреть, поэтому присущи колебания, сом­нения при решении вопросов.

2 канал — работоспособен, деловит, упорен, настой­чив, способен дойти до сути любой проблемы, успешно зани­мается физикой, математикой, программированием, однако сверхосторожен в принятии любого решения, педантичен везде и во всем. Умеет логически просчитать деловую выгоду от мероприятия до человека. Не любит разбрасываться день­гами. Умеет заботиться о здоровье, уюте.

3 канал — излишнюю эмоциональность считает вредной, эмоции старается не проявлять, часто хмурый, не­довольный или беспристрастный внешний вид (иногда неряш­ливый), но порой «взрывается». Плохо чувствует эмоцио­нальное состояние других людей, поэтому может проявить бестактность, даже настроить против себя.

**«Габен»** (СЛИ) или «Мастер».

1 канал — со знаком минус, поэтому настроен на уход от неприятных ощущений, не переносит грубого обращения, особенно к детям, чувствителен к прикосновениям, имеет хо­рошую сенсорно-образную память. Любит эстетическую кра­соту в сочетании с полезностью, целесообразностью. Большое внимание уделяет созданию уюта, комфорта, эстетики, инте­рьера.

2 канал — деловая активность, спокойно, основа­тельно работает, стремится к целесообразности результатов труда, упорный, отстаивает свое мнение, упрямый, выполняет работу по своему усмотрению (если распоряжения начальни­ка кажутся ему неверными). Никогда не занимается работой, которая не дает практических результатов, ценит сделанное, изобретателен.

3 канал — чувства свои предпочитает скрывать, внешне выглядит спокойным, сдержанным, холодным, но мо­жет «взорваться», если его грубо обидели. Оправдываться не любит, долго помнит обиды, хотя и не высказывает этого. Не любит скандалов, эмоциональных вспышек окружающих, ста­рается удалиться от таких людей.

**«Достоевский»** (ЭИИ) или «Писатель».

1 канал со знаком плюс — сразу чувствует отноше­ние людей, старается избегать конфликтов, ссор — терпит очень долго. Никогда не скандалит, а «отодвигается» от не­приятного человека, ведет себя с ним сухо, официально. Ста­рается помочь людям в беде (и морально, и действиями). Старается быть с детьми справедливым, если чувствует, что сам не прав — просит у ребенка прощения. Предполагает за­очно в людях положительные качества, стремится установить теплые, дружеские отношения, может простить зло, причи­ненное ему.

2 канал — интуитивно чувствует потенциальные возможности, стержень личности людей, считает, что главная ценность в человеке — его нравственность, его моральные устои, морально требователен к себе, увлекается самоанали­зом, муки совести за малейшие отступления от идеала. Бы­вает либо очень порядочным человеком, либо «ходячей доб­родетелью», «занудой-моралистом». Интересуется внутренним миром человека, может быть прекрасным учителем, воспита­телем. Чувство любви к человеку, гуманизм характеризуют его мировоззрение. Среди этого типа много религиозным мыслителей и философов — Конфуций, В. Соловьев, Н. Бер­дяев и др.

3 канал — недостаток воли считает пороком, по­этому целенаправленно формирует у себя волю («Делай не то, что хочется, а то, что нужно!»). Давит на себя, заставля­ет себя, но на других людей не оказывает давления. Не вы­носит, когда на него кто-нибудь давит — уходит от такого че­ловека, предпочитает дел с ним не иметь.

**«Драйзер»** (ЭСИ) или «Охранитель».

1 канал — эмоциональный человек, но не демон­стрирует свои эмоции, сохраняет дистанцию в общении, ред­ко идет на откровенность даже с близкими знакомыми, избе­гает ссор, неприятных людей, которые сделали ему зло. Но в случае необходимости может постоять за себя, резко поста­вить на место хама. Резко делит людей на своих и чужих, непримирим к злу, не прощает его, пытается иногда наказать. Часто считает, что мир нравственно испорчен и причина всех бед именно в этом. Любит говорить о моральных принципах, моральном долге.

2 канал — настойчивый, волевой человек, требова­тельный к себе и другим, может длительное время находить­ся в напряжении, если это необходимо (например, одновре­менно и работать и учиться, и ухаживать за ребенком, за престарелыми, и вести домашнее хозяйство, и при этом вы­глядеть бодро и привлекательно). Часто экономный, береж­ливый, практичный человек, умеет хорошо готовить, любит часто убирать квартиру, стремится помочь другим людям. Способен выдерживать длительное волевое воздействие, направленное на него, и сам может проявлять сильную волю, упорство, ничто его не может остановить.

3 канал — плохо ориентируется в истинных воз­можностях людей, может подозревать без всяких оснований. Плохо чувствует изменения в обществе, экономике. Нервни­чает перед важными мероприятиями. Когда расстроен, плохо контролирует себя: не помнит, что куда положил, подгорит еда, бьет посуду невзначай и т.п. В разговоре старается рас­суждать логически, но свои поступки ему не всегда удается обосновать с помощью логики. Не любит, когда оценивают его способности и таланты.

**«Робеспьер»** (ЛИИ) или «Ученый».

1 канал — аналитическое мышление, стремится во всем найти логику, построить модель. Его интересуют общие закономерности, идеи, а не факты, присуща теоретико-научная направленность. Стремление к порядку, к системе проявляется и в работе, и в увлечениях. Среди этого типа много философов, ученых (Г. Гегель, Платон, Н. Рерих, И. Курчатов, И. Кант).

2 канал — интуиция позволяет глубоко проникать в суть происходящих явлений, чувствовать перспективность, способствует нестандартным решениям. Обычно имеет высо­кие нравственные нормы, хотя их не афиширует. Считает, что необходимо поступать справедливо, невзирая ни на что, присущ гуманизм.

3 канал — плохо переносит волевое давление; если не согласен с начальством, будет отстаивать свою точку зре­ния. Трудно заставлять себя выполнять однообразную рутин­ную работу, но если что наметил, старается выполнить, до­вести до конца. Все свое время отдает интеллектуальному труду, быстро утомляется от физической работы. В разговоре с людьми демонстрирует вежливость.

**«Максим Горький»** (ЛСИ) или «Попечитель».

1 канал — со знаком плюс, поэтому мышление практи­ческой деловой направленности, стремится все классифици­ровать, спланировать, разрабатывать детали плана, анализи­ровать работу планомерно. Не любит неясностей, расплывча­тости, нечеткости, стремится разложить все по полочкам.

2 канал — волевой, порой жестокий человек, лицо безэмоциональное, хорошо знает все правила, считает, что дисциплина, порядок — очень важны, требует от других со­блюдения порядка, порой грубо и жестоко. Сам не спорит с начальством.

3 канал — плохо оценивает возможности людей, часто не знает, на что способен человек, поэтому проявляет осторожность, стремится со всеми быть в хороших отноше­ниях, склонен всех людей нивелировать, усреднять, подго­нять под одну мерку. Не любит ярких личностей! Под его ру­ководством могут хорошо выполняться производственные планы, но не исследовательские работы. Стремится прокон­тролировать каждый вопрос, углубляясь в детали (Сталин).

Согласно теории соционики, типные характеристики об­наруживаются в человеке довольно рано и сохраняются всю жизнь, становясь со временем устойчивей. Так, интроверты никогда не станут экстравертами и наоборот. Проиллюстри­ровать это положение можно, воспользовавшись аналогией с правой и левой рукой у человека. Если человек правша, то он никогда не станет левшой, а левша — правшой. Со вре­менем, правда, каждый человек при желании может научить­ся более эффективно использовать и менее развитую руку. Можно прибегнуть и к другой аналогии, сравнив тип лич­ности и его развитие с домом. Тип подобен фундаменту: он не претерпевает радикальных изменений в течение жизни. Остальную часть дома можно сравнить с поведением, харак­тером, внешними проявлениями человека. С течением време­ни дом подвергается многим изменениям: надстраивается этаж, меняется планировка, отделка и т. д., но фундамент остается неизменным. В соционике нет хороших или плохих типов, есть только различия между ними. Понимание этих различий позволят конструктивно использовать возможности каждого типа.

Соционика не только дает характеристику типов, но и моделирует взаимоотношения между ними. Моделирование межтипных отношений позволило соционике открыть законы психологической совместимости и объяснить их на основе **принципа дополняемости.** Почему с одним человеком у нас, хотя и причин особых нет, отношения неприятия, а с другим — отношения необъяснимой симпатии? На этот важ­нейший вопрос отвечает теория интертипных отношений. С ее помощью можно понять глубинный механизм воздействия рекламы на человека.

**6. Интертипные отношения**

Сопоставляя функциональные структуры людей разных социотипов, можно заранее прогнозировать вероятные тен­денции развития их взаимоотношений, их совместимости.

Рассмотрим некоторые возможные варианты взаимоотно­шений между типами людей. Таких отношений шестнадцать.

Тождественные отношения.

Это очень спокойные, ровные отношения. В партнере все ясно, все поступки мотивированы. О тождественном допу­стимо суждение «по себе», поэтому «тождики» исключитель­но продуктивно обучают друг друга. Обычно тождественные отношения возникают в здоровых семьях. Причем чаще бы­вает, что сын тождественен отцу, а дочь — матери. Если вы читаете книгу, смотрите фильм или пьесу, знакомитесь с но­вацией тождественного автора, то у вас возникает ощущение, что и вы могли бы написать (сделать) так же. Такого автора вы склонны оценивать как художника (ученого) очень глубо­кого, способного проникнуть в суть вещей. Дело такого ма­стера вы готовы продолжить. Так возникают научные школы.

Однако сотрудничество имеет ярко выраженный односто­ронний характер: то, что может один, то может и другой, и в этом направлении их 'усилия суммируются с соответствую­щей прибавкой «валового» продукта деятельности; однако то, чего не может один, того не может и другой и в этом направ­лении деятельности они не могут ничем помочь друг другу. Но если их знания выравниваются, они становятся неин­тересны друг другу, у них одинаковые сильные функции и одинаковые слабые места.

Последнее обстоятельство может приводить к определен­ной мере взаимного неудовольствия и делать взаимодействие кратковременным и эпизодическим по характеру. Как говорил Эмерсон, «люди, познания которых одинаковы, ненадолго остаются наилучшим обществом друг для друга». Исключени­ем может быть случай, когда перед ними стоит большая об­щая цель (например, В. Ленин и Н. Крупская — сенсорно-логические интроверты).

Отношения активации.

В этих отношениях влияние друг на друга имеет вид об­ратной связи: сильные стороны друг друга **еще** более усиливаются. Творческая функция второго канала каждого из партнеров активизирует слабую функцию другого партнера в его пятом канале. Т.е. люди подстегивают активность друг друга. Активаторы как бы заряжают друг друга уверен­ностью, что, независимо от сложности задачи, они в состоя­нии решить ее. Причем, совсем необязательно, что это будет прямое высказывание: «Ты это можешь!», чаше наоборот — активатор как бы ограничивает активность партнера, а это вызывает обратный эффект. Отношения благоприятные, но, поскольку нет полной компенсации, может настать утомление друг от друга в связи с разными ритмами жизни. Практиче­ски всегда один — рациональный, другой — иррациональный. Иногда могут возникнуть определенные трудности во взаимо­понимании, но чаще всего это наблюдается на уровне терми­нологии, разночтениях в значении тех или иных понятий. Однако при этом после бурной дискуссии достигается при­емлемый компромисс. В целом отношения активации — это хорошие дружеские отношения, в которых взаимопомощь в трудных ситуациях сочетается с полной самостоятельностью в выборе жизненных ориентиров.

Зеркальные отношения.

Они возникают между людьми, у которых главная и до­полняющая функции одинаковы, но поменялись местами, а второстепенные функции совершенно различны. Обмен ин­формацией идет по сильным каналам. Конфликты здесь мало­вероятны. Кооперация продуктивна. Люди, между которыми реализуются зеркальные отношения, могут чувствовать внут­реннее сходство и приходить в изумление от того, например, что-то, что думает один, без лишних слов реализует другой. Причем реализуется это не так как у тождественных типов, которые могут говорить одними и теми же словами или де­лать однотипно. Даже если два специалиста, находящихся в зеркальных отношениях, одного профиля и одного уровня квалификации объединятся в каком-то деле, у них не будет одинаковых подходов к решению задач, их взаимодействие всегда будет высекать искры новизны. В зеркальных отноше­ниях нет старших и младших, начальников и подчиненных, ведомых и ведущих, — это отношения равных — легкие, иг­ровые, окрашенные теплым юмором.

Дуальные отношения (полного дополнения).

В дуальных отношениях информация с сильного первого канала приходит на *четвертый* (слабый, безразличный к критике, но охотно *принимающий* помощь). Дуалы отлича­ются по признакам: экстраверсия-интроверсия, этика — ло­гика, сенсорика — интуиция. Но по признаку рациональ­ность — иррациональность совпадают. Дуалы - надежные парт­неры в работе, в семье. В диалоге Платона «Пир» дается очень точное описание отношений полного дополнения, в ко­торых партнеры с противоположными качествами уравнове­шивают психику друг друга: «Когда-то люди были не такими, как теперь... тело у всех было округлое, спина не отличалась от груди, рук было четыре, ног столько же, и у каждого на круглой шее два лица, глядевших в противоположные сторо­ны. Страшные своей великой силой и мощью двуликие пита­ли великие замыслы и посягали на власть богов». Зевс нака­зал гордецов, разрезав их на половинки и разбросав по всему свету. «Итак, — продолжает Платон, — каждый из нас — это половинка человека рассеченного на две части, и поэтому каждый ищет всегда соответствующую ему половину, обоих охватывает такое удивительное чувство привязанности, бли­зости и любви, что они поистине не хотят разлучаться». В дуальных отношениях каждый чувствует себя более уверен­ным в своих силах; жизнедеятельность наряду с комфорт­ностью и защищенностью, характеризуется высокой эффек­тивностью и результативностью. В таких отношениях нет споров из-за лидерства, они могут быть иерархичными или отношениями равных, но всегда приносящими удовлетворе­ние, чувство самоценности и значимости.

**7. Квадры**

Две дуальные пары, связанные отношениями активации и зеркальности составляют **квадру.** Квадра — это соционическая группа, в которой осуществляется полная кооперация, взаимопомощь, поддержка, психофизиологическое регулиро­вание, психологический комфорт и максимальная продук­тивная деятельность. **В соционе четыре квадры.** Каждая имеет свой характер, свое назначение в социуме, свой внут­ренний девиз.

В *первую* квадру входят Дон Кихот, А. Дюма, В. Гюго, М. Робеспьер.

Во *вторую —* Гамлет, М. Горький, Г. Жуков, С. Есенин. *В третью* квадру: Наполеон, О. Бальзак, Д. Лондон, Т. Драйзер.

*В четвертую* входят Штирлиц, Ф. Достоевский, Т. Гексли, Ж. Габен.

Первая квадра — **квадра идеалистов-мечтателей.** Ей присущи: насыщенность эмоциональных и этических пережи­ваний. Естественное состояние — погоня за горизонтом, са­мое трудное — подчиниться рутине повседневности. Среди представителей первой квадры много новаторов, совершив­ших настоящие революции в различных областях челове­ческой деятельности (И. Павлов, 3. Фрейд, Н. Бор, А. Суво­ров, Петр I, К. Циолковский), но здесь же много прожекте­ров.

Вторая квадра — **традиционалисты,** стабилизирующее звено общества. Эта квадра всегда готова для действий в жестком мире, им присуща сила воли и чувство текущего времени. Сохранить достигнутое, не допустить хаоса, пере­дать традиции — таково назначение второй квадры. Предста­вители: Г. Жуков. И. Сталин, академик С. Королев. Ю- Гагарин, И. Гете, А. Вавилов.

Третья квадра — **реформаторы.** Если первой квадре принадлежит замысел, то третьей — его реализация, причем, реализация, как правило, выходит за рамки замысла. Это квадра бури и натиска, борьбы и активности. Представители:

Наполеон, Г. Цезарь, М. Горбачев, Е. Гайдар.

Четвертая квадра — **стоики.** Это квадра оптимистичных практиков, гармонии и дружелюбия. Идея космического по­рядка является жизненным основанием квадры. Отсюда и глобальность в охвате любой проблемы. Среди представите­лей — Л. Сенека, Р. Декарт, Т. Гексли, Ф. Достоевский.

Квадра оптимально решает те задачи, которые соответ­ствуют ее характеру и назначению. А ролевая структура внутри квадры определяется фазами решения творческих или практических задач. Причем, в отличие от искусственно формируемой группы, в квадре не может быть жесткого за­крепления ролей за определенными лицами и в тоже время не остается пустых мест и не бывает дублирования. Квадра может существовать долго, решая сложные задачи, при этом члены квадры не устают, достигают хороших результатов и стабильно держат их. Однако в этой комфортности скрыта опасность, что квадра будет работать как бы на самое себя, на воспроизводство чувства удовольствия, получаемого от общения. А это, как писал 3. Фрейд, «не содержит в себе ничего побуждающего к действию. Напротив, ощущения не­удовольствия обладают этим свойством в высокой степени. Они побуждают к улучшению, совершенствованию движения, и поэтому мы рассматриваем неудовольствие как повышение энергии, а удовольствие как понижение ее». Ограниченность квадры преодолевается в так называемых кольцах прогресса, о которых речь пойдет ниже.

**8. Кольца прогресса**

Полудуальные отношения.

По первому и четвертому каналам — это отношения до­полнения, но нет компенсации по второму и третьему кана­лам, поэтому, когда люди знакомятся, строят планы, догова­риваются о делах, все идет хорошо, но при реализации заду­манного они не могут эффективно помогать друг другу, т. к. у обоих есть одна и та же область, где оба не сильны и в ре­зультате может возникнуть взаимное разочарование. Хотя участвующие в этом взаимодействии люди могут испытывать прилив энергии, улучшение общего самочувствия, взаимный интерес.

Миражные отношения.

Сильные первые каналы одинаковы, поэтому сильная функция партнера не ценится («я и сам так могу»). А слабая функция, которая тоже одинакова, предстает особенно в не­приглядном свете. Но люди в этих отношениях взаимно оши­баются друг в друге, полагаясь на свои ошибочные представ­ления. Партнер кажется неискренним, а отношения фальши­выми. Деловые контакты из-за взаимного недоверия малоэффективны, взаимопомощь возможна в делах не слиш­ком серьезных.

Отношения полной противоположности.

По всем каналам есть совпадение функций, но они раз­ной векторности, там, где у одного функции экстравертированы у другого интровертированы, т.е. партнеры по коммуника­ции смотрят на одни и те же проблемы с противоположных сторон, общение поверхностное, как бы на разных языках. Никакая дискуссия не приводит к плодотворной работе: каж­дый стремится сделать именно так, как не хочет, да и не мо­жет его антипод. Причем противостояние оказывается столь сильным и затрагивает такие глубинные структуры личности, что подчинение, принятие позиции своего противоположника не достигается. Как правило, в этом случае всегда оказы­ваются «объективные» причины и дело не двигается с места.

Конфликтные отношения.

Необходимо, прежде всего, отметить, что определение от­ношений как конфликтные совсем не означает, что уча­ствующие в них люди только и делают, что конфликтуют, ру­гаются между собой. Следует подчеркнуть, что с точки зре­ния соционики нет плохих или хороших отношений — все они нужны и даже необходимы, но есть правильные или не­правильные дистанции. В конфликтных отношениях дистан­ция должна быть значительной, т.к. каждый из партнеров воздействует другому на третий канал — «точку наименьшего сопротивления» При выдерживании дистанции партнеры уважают друг друга, общение идет на уровне общих, отвле­ченных обсуждений, взаимно обогащающих друг друга.

Родственные отношения.

Особенность данного типа отношений заключается в том, что оба партнера в областях, определяемых самой сильной функцией, очень похоже воспринимают мир, т.к. сильные и слабые функции у них одинаковы. Там, где речь идет о дело­вой активности, эти отношения могут развиваться достаточно плодотворно. Тем более, если возникают трудности или опас­ность, угрожающая делу, самим участникам. Но лишь только трудности преодолены и нет необходимости во взаимопомо­щи, отношения приобретают характер полной независимости. ***Отношения супер-эго (соперничества).***

Различные функции первого и второго каналов, поэтому и интересы совершенно различны. Но каждый понимает, что в партнере есть такие качества, которые он хотел бы развить у себя. Поэтому при дальнейшем общении могут уважать, це­нить друг друга. Отношения соревновательности, стремление превзойти соперника оказывают ускоряющее, интенсифици­рующее влияние на мышление и деятельность участвующих в нем индивидуумов. Однако если отношения долгое время осуществляются тет-а-тет, от соперничества накапливается усталость и происходит взаимное вытеснение.

Деловые отношения.

Партнеры хорошо понимают друг друга по второму твор­ческому каналу (т.к. функции, расположенные здесь, одина­ковы). Данные отношения эффективно действуют тогда, когда есть общее дело. Как только совместная работа закончена, партнеры спокойно расходятся, не делая попыток переклю­чить отношения на более короткую дистанцию. В тесных от­ношениях не заинтересован ни один из партнеров, более того они раздражают коммуникантов. Однако при возникновении ситуации, требующей продолжения совместного действия, они удивительно быстро находят друг друга и вновь включа­ются в работу. Причем один из них знает, что необходимо делать, а другой владеет методами и технологиями.

Отношения квази-тождества (мнимого тождест­ва)

В этих отношениях осуществляется взаимодействие по слабым функциям. Партнеров объединяет общность интере­сов, поскольку у них одинаковые сильные функции, хотя они и разной векторности. Но каждому кажется, что партнер уступает ему в чем-то существенном, хотя многое ему поче­му-то удается сделать лучше. Причина же в том, что нет прямых коммуникаций по сильным функциям. В результате партнеры могут обсуждать какие-то общие темы, но из труд­ного положения каждый выходит собственным путем. Кон­фликты в этих отношениях редки (не задеваются точки наи­меньшего сопротивления). В случае необходимости партнеры легко и без трений расстаются.

Рассмотренные выше отношения являются отношениями симметричными. Это значит, что партнеры обмениваются ин­формацией на равных уровнях, по принципу «как он ко мне, так и я к нему». Отношения социального заказа и отношения ревизии, которые будут рассмотрены ниже, представляют другую группу — асимметричных отношений, в которых об­ратная связь ослаблена, здесь действует принцип не обмена, а односторонней передачи информации. Асимметричные от­ношения удовлетворяют потребности общества как единого целого. Они способствуют зарождению социальных интересов и образуют коммуникативный механизм социального про­гресса.

Отношения социального заказа.

Отношения, как было сказано выше, имеют асимметрич­ную природу и являются направленными, векторными по своему характеру. Один из коммуникантов — заказчик, пе­редает информационный сигнал (заказ) со своей сильной творческой функции на слабую четвертую функцию партнера-приемника. Приемник принимает заказ, но реагирует на него точкой наименьшего сопротивления. Равноправных отноше­ний не возникает. Это отношения иерархичные. В них всегда есть начальник — заказчик и подчиненный — приемник. Все, что говорит и делает приемник, заказчику кажется не очень важным. А заказчик, напротив, воспринимается приемником как весьма значительная фигура, и его указания выполняют­ся безоговорочно. Эти отношения удобны для заказчика, но обременительны для приемника, который по возможности пытается отделиться от заказчика. Бывают ситуации, в кото­рых реальный начальник занимает в интертипных отношени­ях позицию приемника, тогда передача команд до подчинен­ного не доходит и не воспринимается им. При этом подчи­ненный, а по своей интертипной организации — заказчик по отношению к своему начальнику, воспринимает указания по­следнего как несуразные, нелепые, не идущие на пользу делу. Конструктивным выходом из этой ситуации может явиться предоставление полной самостоятельности подчиненному-заказчику в вопросах выбора форм и методов деятельности и сформулированных без конкретизации конечных целей. I

Отношения социального контроля (ревизора — ревизуемого).

Аналогично отношениям социального заказа данный тип отношений является асимметричным. Взаимодействие идет по следующим направлениям: ревизор сильной первой функцией давит на точку наименьшего сопротивления ревизуемого, а в ответ получает воздействие на вторую творческую функцию, по которой сам неуязвим. Это дает ему возможность приближаться к ревизуемому на любую удобную ему дистанцию, высказывая свое отношение ко всему, что делает или говорит его подконтрольный. Мало из того, что делает, мыслит или чувствует ревизуемый, может удовлетворить ревизора. Да и какой бы он был ревизор, если бы он стал хвалить того, кого контролирует. Ревизуемый же болезненно воспринимает кри­тику своего ревизора. Он ведь и так старается быть на высо­те. Но в присутствии ревизора он всегда напряжен. Напря­жение накапливается и может вылиться в конфликт. Ревизо­ру же причина конфликта непонятна. Он искренне считает, что критикует, указывает на ошибки и промахи подконтроль­ного для его же блага. Так же, как и при отношениях соци­ального заказа, каждый социотип — ревизор для кого-то, и одновременно для кого-то сам ревизуемый.

*Первое кольцо прогресса:* Дон Кихот, Дюма, Гамлет, Горький, Наполеон, Бальзак, Штирлиц, Достоевский.

*Второе кольцо прогресса:* Габен, Гексли, Лондон, Драй­зер, Жуков, Есенин, Робеспьер, Гюго.

В кольцах прогресса повышается интеллектуальная и де­ловая активность участников кооперации, создаются каче­ственно новые образцы в области науки, искусства, управле­ния — во всех сферах общественной деятельности-

В заключение отметим, что знание соционической харак­теристики типа и особенностей интертипных отношений по­зволяет судить о сильных и слабых сторонах человека данно­го типа, резервах и возможностях, способах сбора информа­ции и принятия решений, особенностях взаимодействия с окружающими.

**9. Вывод**

**Зная соционический тип, можно прогно­зировать чужое поведение и поведение партнера по коммуникации, строить объективное суждение о том, как поведет себя тот или иной тип** в служебной иерар­хии, как будет ставить задачи, **каким образом будет при­нимать решения, как реагировать на нестандартные ситуации,** как проявит себя в любви, в супружестве, в дружбе, в обучении, в преподавании. Возможности соционики многообразны и область применения неисчерпаема.

Руководствуясь соционическими исследованиями, возможно, не только правильно определить и смоделировать ре­акцию потребителей на рекламное сообщение, но и усилить или ослабить ее в зависимости от целей рекламодателя. Кро­ме того, легче подобрать персонал для выполнения работ в области рекламы так, чтобы он работал с наибольшим воз­можным эффектом.

**Список используемой литературы:**

1. Э.А. Уткин, А.И. Кочеткова «Рекламное дело», г. Москва, издательство «Экмос», 1999г.