

Что такое метапрограммы нашего сознания? Часть 1

Все мы чего-то достигаем в жизни, все к чему-то идем, и цели у всех разные настолько, что порой объединяет двух разных людей с разными устремлениями только тот факт, что оба они принадлежат к homo sapiens.

А вот пути, по которым мы идем к своим столь разным целям, более или менее типичны. Попробуем разобраться в особенностях этих дорог, а также в том, как грамотно использовать на практике их достоинства и избегать недостатков.

Итак, начнем с **первой метапрограммы – программы достижения поставленной задачи**. Здесь существует два варианта – мотивации «от [неприятностей]» и мотивация «к [цели]».

Люди с мотивацией «к» имеют в активе массу замечательных вещей: они лучше видят цель, лучше могут донести ее до окружающих (вот почему из них выходят лучшие руководители; ученики и студенты – они тоже лучшие). Человек с такой мотивацией, получив некое задание, сделать которое ему предстоит в перспективе (скажем, сдать экзамен или квартальный отчет), начинает планомерную к нему подготовку заранее! Он видит цель и организует систему действий, которые к этой цели его гарантированно приведут.

Это – огромный плюс данного типа мотивации: продуманность, планомерность – поэтому практически беспроегранный результат бывает в финале. Минусы тоже есть, хоть их и немного: во-первых, людей с мотивацией «к» в нашей стране не более 10%, и во-вторых, этот вариант менее эффективен, когда времени в обрез (в ситуации аврала, как правило, мощнее оказывается мотивация «от»).

Люди с мотивацией «от» не стремятся к вершине, а убегают от наказания, которое последует за их неверными действиями или бездействием. Если мотивацию «к» можно назвать мотивацией пряника, то мотивация «от» – это мотивация бегства от кнута. Минусы очевидны: человек с такой мотивацией обычно «дотягивает» с выполнением необходимого до последнего, но потом, мобилизуя все свои ресурсы, выдает-таки продукт на-гора. Это чревато, во-первых, нервным или физическим срывом, а во-вторых,

можно банально не рассчитать времени, не учесть некоего форс-мажора – и не достичь цели.

Зато люди с данным типом мотивации гораздо лучше людей-«к» могут избегать неприятностей за счет того, что выработали навык мгновенной мобилизации и хорошо представляют себе образ «кну́та», легко моделируют ситуации по типу «а вдруг что – и что тогда?». В некоторых профессиях это чрезвычайно важно: гораздо более эффективен врач, охранник, юрист, главбух с мотивацией «от», нежели с мотивацией «к».

Следующая метапрограмма – это так называемый фокус референции. Что же это такое? Принятие любого решения, совершение любого действия, выбора связаны с ответственностью. Так вот, фокус референции – это тот вариант, по которому мы ответственность эту принимаем на себя (внутренний фокус референции) или же перекладываем на плечи других (внешний фокус).

Люди с внутренним фокусом референции – капитаны своего корабля и сами себе режиссеры: они, как пионеры, в ответе за все, они – лучшие эксперты в любом деле (причем даже в той области, где слабо ориентируются). Такие люди легко и быстро убеждают других, во всем имеют лидерскую позицию. Но их уверенность в своих силах зачастую мешает им понять и услышать других, стать на позицию собеседника и посмотреть на мир под другим углом, нежели тот, к которому они привыкли.

Люди с внешним фокусом референции умеют делить ответственность со своим внешним окружением. В данном варианте – они идеальные собеседники и компаньоны в любом деле, они – прекрасные руководители, умеющие, что называется, делегировать полномочия своим подчиненным, не везя на своем горбу всю рабочую арбу и не стесая при этом, какие все вокруг идиоты и ничего не могут сделать сами. Однако дело обстоит гораздо хуже, когда человек впадает в крайность этого типа метапрограммы: он не просто делит ответственность за что-либо с другими – но перекладывает ее на чужие плечи целиком и полностью. Халявщики они, а не партнеры.

Еще одна **мета-программа – фокус сравнения**. Здесь тоже несколько вариантов: сравнивая два предмета, явления, двух людей, одни из нас ищут сходства, а другие – различия.

Люди сходства – это консерваторы, предпочитающие всегда один и тот же товар в одном и том же супермаркете, ездящие в одни и те же «проверенные» места отдыхать, отдающие своих детей в «старую добрую школу», которую закончили и они сами (а порой и их родители), приверженцы строго определенной, хорошо изученной фирмы автомобиля, марки одежды.

Знакомясь с кем-то новым, человек сходства и обратит внимание в первую очередь на сходство с кем-то уже знакомым: «Этот парень – вылитый дядя Боря», «Она мне очень кого-то напоминает», «Рот, как у Джулии Робертс». В их речи то и дело звучит что-то вроде «такой же», «аналогично», «опять», «всегда». Человек сходства хуже запоминает новое, он фиксируется в первую очередь на том, что знает. Именно поэтому, заключая контракт с таким покупателем, бессмысленно обращать его внимание на «инновации данной модели», разумнее было бы акцентироваться на том, что «товар производится фирмой с вековыми традициями».

А люди различия – это революционеры! Они ищут и предпочитают все новое: места, блюда, вещи, друзей, супругов, профессии... Их привлекают перемены, и, даже занимаясь рутинной работой (на которой они малоэффективны), они умудряются отыскать в ней элементы новизны. Они ловят на лету любые изменения: именно такая подруга заметит первой новую прическу, именно такой покупатель клюнет на товар, сервированный под соусом «исключительный», «оригинальный», «такого нет больше нигде», «вы получите это первым». Они сами являются инициаторами перемен в собственной жизни – и в образовании, и в карьере, и в семье. Человек различий в среднем каждые 3-4 года предпринимает нечто, что достаточно основательно изменяет курс его жизни: меняет работу и даже направление деятельности, меняет брачного партнера или рождает новых детей, получает новое образование или хотя бы делает ремонт...

Два полярных типа – люди сходства и люди различия – это примерно по 10% человечества, остальные относятся к **переходным типам**: люди Сходства-различия (приоритетом для них является сходство, но и различие для них важно – таких процентов 40) и люди Различия-сходства (соответственно – наоборот, их примерно столько же). Зная тип реагирования человека на информацию, вы можете в правильной последовательности ее подать – именно так, как комфортно собеседнику. И очень немногие (не более 1-2%) люди относятся к типу 50х50.

Отдельно хотелось бы остановиться на полюсе **людей различия**. Как мы помним, их около 10%, но только 7% предпочитают эксклюзивное и эксцентричное, остальные 3% — это люди-«нет» или «полярные ответчики»: они концентрируются в первую очередь не на том, что в объекте есть что-то новое, а на том, чего ему не достает, что с ним не так. Даже в речи у них первым словом очень часто идет «нет»: «Нет, я понимаю, но это совершенно неверно».

На первый взгляд кажется, что с такими людьми очень сложно общаться — ведь любое утверждение они с ходу опровергают: «Сегодня хорошая погода» — «Нет, я бы не сказал... ну, солнце светит, и тепло, это да, но со вчерашней не сравнить!». Однако, зная, что на любое утверждение последует опровержение, такого человека повернуть в нужное русло чрезвычайно легко — просто «провоцируя» его.

Например, Вам нужно, чтобы ваши документы принял «полярный ответчик» в некой бюрократической конторе (а именно там чаще всего и работают «люди-«нет»») и оперативно получить информацию о ходе их продвижения. Вы сдаете свои бумаги говорите что-то вроде: «А скажите, вы ведь никогда не звоните соискателям с уведомлением о результатах?» «Нет, как это не звоним? Да я лично всегда этим занимаюсь!». Будьте уверены, что, даже если он никогда ничего подобного не делал — именно вам позвонит и доложит, как идут дела — просто из принципа, чтобы быть верным себе и опровергнуть вас!

Об остальных метапрограммах и о маленьких хитростях по приручению их обладателей я расскажу во второй части материала.

Автор - **Наталья Проценко**

[Источник](#)