Отношения социального заказа (слева - заказчик, справа - подзаказный):

- Дон Кихот - Гамлет
- Гамлет - Наполеон
- Наполеон - Штирлиц
- Штирлиц - Дон Кихот

- Дюма - Максим Горький
- Максим Горький - Бальзак
- Бальзак - Достоевский
- Достоевский - Дюма

- Робеспьер - Габен
- Габен - Драйзер
- Драйзер - Есенин
- Есенин - Робеспьер

- Гюго - Гексли
- Гексли - Джек Лондон
- Джек Лондон - Жуков
- Жуков - Гюго

Отношения социального заказа

И.Д. Вайсбанд Рабочий материал по соционике

Приемник воспринимает любое ворчание заказчика как сигнал к действию. Однако для этого действия должен от него отдалиться. В семье - а в ней это трудно - отношения напряженные. Заказчику кажется, что без него приемник совсем пропадает, а приемник считает невозможным оставить такого выдающегося, сильного человека. Заказчик активизирует подзаказного, но чтобы реализовать этот импульс, тот должен на какое-то время отдалиться от него. Самые романтические любовные истории: партнеры сходятся, расходятся, не могут друг без друга, не могут друг с другом («Зимняя вишня»). Не самые удачные браки. Один из партнеров называется «Заказчик» - это тот, кто со своего «творческого» канала активизирует слабую функцию канала «Подзаказного». Хорошей обратной связи здесь нет, т. к. обе сильные функции Подзаказного не воздействуют на Заказчика. Этим механизмом определяется и характер отношений: всё, что говорит и делает Подзаказный, Заказчику кажется не слишком важным и значимым, а Заказчик, наоборот, воспринимается Подзаказным как весьма значительная фигура. Этот заказ невозможно не выполнить: он воспринимается функцией слабого канала, которая сама не в состоянии критически разобраться в информации. Стало быть, он выполняется безоговорочно. Заказчик не склонен считаться с Подзаказным, видя в Подзаказном более слабого партнера, поэтому он стремится покровительствовать Подзаказному, руководить им, а то и поучать его.

Естественно, что Подзаказный норовит, при случае, отдалиться от Заказчика. В семье эти отношения удовлетворительны только при условии, что Подзаказный занят какой-нибудь активной деятельностью вне семьи, тогда он может передать энергию, полученную от Заказчика, дальше по кольцу. Если же такой деятельности нет - велика вероятность конфликта вплоть до разрыва.

О.Б. Слинько "Ключ к сердцу - соционика";

Один из партнеров выступает в качестве передатчика соцзаказа (часто он именуется просто "заказчик"), второй - в качестве приемника соцзаказа (или просто "приемник"). Приемник находится на более высокой ступени социального развития по сравнению с заказчиком, однако в соцзаказной паре ему отведена подчиненная роль. Заказчик кажется интересным, значительным, порой даже недостижимым, и в то же время приемнику так понятны его проблемы и человеческие слабости. Заказчик все время чего-то требует от приемника, приемник постоянно как бы оказывается должен, и он превосходно улавливает положение заказчика. Тот же, наоборот, не слышит приемника, не желает вникнуть в его проблемы: кажется, что приемник и так, правда, непонятно какими путями, успешно устраивает свою жизнь. Чтобы исполнить социальный заказ, приемник должен уйти от непосредственного влияния заказчика. Поэтому в отношениях с заказчиком он проявляет тенденцию к сопротивлению, "барактанью". Тем не менее, "нелояльное" поведение приемника почти не сказывается на психологическом самочувствии заказчика. Отношения социального заказа отличаются теплотой. Довольно часты "соцзаказные" браки. В таких семьях перенапрягаются оба супруга: заказчик от того, что взваливает (добровольно!) на свои плечи ответственность за обоих, а приемник - от постоянного психологического давления со стороны партнера.

Р.К. Седых "Информационный психоанализ";

Это взаимодействие мы рассмотрим как комбинацию ИВ активации и квазитождества. Это - Ид плюс СуперИд. Элемент сходства с ИВ активации дает всплеск активности личности. Заказчики, подобно активаторам, "тормозят" друг друга. С/О-заказ Квазитождественная компонента привносит возможность взаимообучения и, одновременно, довольно большие трудности при попытках убедить, партнера. что-то ему доказать или самому встать на его точку зрения. Это иногда приводит к неухаживаемым открытым или неявным спорам. Попытки эти отнюдь не бесполезны, потому что партнеры многому учатся друг у друга, так, впрочем, и не приходя зачастую к единому мнению. В близком общении один на один это взаимодействие несколько утомительно. Компонента активации может при хотя бы минимальном внимании партнеров к проблемам друг друга сделать их очень симпатичными в глазах друг друга. Следующее за этим сближение порождает дискуссию, партнеры устают, временно расстаются, отдыхают и сходятся вновь. Если не позволять себе спорить до хрипоты, можно сохранять симпатию сколь угодно долгое время. Если же не сдерживать себя, место

симпатии может занять противоположное чувство. Особенно опасно такое развитие ситуации в браке. Из-за искусственного сближения попытки во что бы то ни стало переубедить партнера в семье бывают слишком упорны. Антипатия возникает не обязательно. Многие неосознанно самостоятельно выходят на рекомендации, данные в первой части главы. Если это получается, супруги находят выход энергии, высвобождающейся в этом ИВ, в увеличении своей внешней активности. Прекрасно знаю семью теперь уже пожилых людей. Жена - Дюма, муж - Максим, находятся в отношении ка-заказа.

За тридцать лет совместной жизни они совершили такое количество социальной работы, которому могут позавидовать большинство соматиков. Муж, биолог по профессии, работающий школьным учителем, организовал более шестидесяти долговременных экспедиций со школьниками и создал крупнейший в стране школьный музей биологии. Его жена много лет помимо основной работы руководила женсоветом крупной организации и вела курсы вышивки. Надо сказать, что проблем взаимоотношений в этой семье было более чем достаточно. Относились их конфликты к проблемам взаимодействия двух сенсориков. Не совпадали их вкусы на вещи и пищу, на то, кому вести денежные дела семьи, и так далее. Понимая, что после нескольких десятилетий совместной жизни попытки что-либо доказать друг другу бесполезны, они, тем не менее, время от времени не могли удержаться от споров. СуперЭго - СуперИд плюс Ид. Здесь примерно те же проблемы, что и у полудополнения разве что только более ярко выраженные. Партнеры иногда чувствуют себя чем-то обязанным друг другу, пытаются что-то сделать. Но догадаться, то ли сделано, чего партнер ожидал, и доволен ли он, сложно. Поэтому услуги предлагаются вновь, и опять неясность. Попытки вызвать положительную реакцию у второго участника взаимодействия на удивление настойчивы и долго не прекращаются. При этом оба все время чувствуют неудовлетворенность собой. Но поделаться с этим что-либо трудно. Для брака это ИВ трудновато. Для делового сотрудничества оно подходит несколько больше.

Лайма Станкевичюте "Интертипные отношения";

Те, у кого первой любовью бывает социальный заказчик, обычно долго дружат и чаще всего в итоге вступают в брак. Это самые романтические любовные истории, насыщенные страстью и ревностью и полные счастья. Правда, эта романтика длится недолго, потому что после свадьбы непонимание только возрастает. В основном это не какие-то крупные скандалы по принципиальным вопросам, однако повседневная жизнь окрашена постоянным недовольством. Заказчику постоянно кажется, что перцепиент все делает плохо, что можно и нужно делать лучше и совершеннее. Перцепиент кажется заказчику несамостоятельным, изнеженным, слабым, кажется, что без него, заказчика, перцепиент пропадет. Поэтому он все время требует, учит, объясняет. Ну а перцепиент старается. В начале дружбы или совместной жизни перцепиент радуется и гордится тем, что такой сильный и основательный человек стал его партнером. С точки зрения перцепиента, заказчику не хватает до идеала самой малости, и эту малость перцепиент пытается

восполнить. Однако ему кажется, что он никогда не может угодить заказчику, что тот постоянно им недоволен. На самом деле это не так, просто перцепиент не слышит понятных для него слов поддержки, во всех корректирующих замечаниях и даже вопросах ему чудится упрек. Люди все время ссорятся и всегда как будто из-за пустяков. Это очень утомительные отношения, однако расстаются люди редко. Заказчику кажется, что перцепиент без него совсем пропадет, поэтому его нельзя оставить. Перцепиент не может уйти, потому что совершенно невозможно оставить такого сильного, такого выдающегося, во всем тебя превосходящего человека. Жить в такой семье трудно, невозможно выполнять вместе даже самые элементарные бытовые работы. Поэтому в такой семье все бытовые заботы ложатся на одного из супругов. Чаще всего все делает перцепиент. Но есть и такие семьи, где перцепиент перестает делать что бы то ни было и находит для себя другую сферу деятельности. Например, посвящает служебным делам даже досуг или работает в саду, ремонтирует машину, то есть занимается только таким делом, где его не контролирует заказчик. Кстати, пары, которые расходятся и снова сходятся спустя какое-то время, обычно связаны отношениями социального заказа.

А. В. Букалов, Г. Бойко "Почему ошибся Саддам Хусейн, или что такое соционика";

Отношения социального заказа служат передаче социального опыта, социально значимой информации для успешного развития общества. Любопытно, что в подобной паре оба партнера восхищаются друг другом. Заказчик кажется приемнику человеком интересным, а в приемнике заказчика восхищают способности делать вещи, недоступные ему самому. Однако существует асимметрия восприятия: если заказчика слушаются, то подзаказный воспринимается как человек интересный, хороший, но недостаточно убедительный; ему пытаются помочь, растолковать что-то. В целом это отношения приятные, дружественные. Однако чрезмерная стимуляция приемника заказчиком вызывает у первого желание отдалиться, - чтобы не отвлекаться от выполнения уже поставленной задачи. При этом передатчик искренне удивляется такому поведению приемника: "Куда же он уходит?". С социальной точки зрения отношения заказа очень важны, ведь они, наряду с ревизией, обеспечивают не только передачу информации, но и связь между квадрами, образуя своеобразные "кольца социального прогресса". Так, например, Максимилиан Робеспьер считал, что он претворяет в жизнь идеи Ж.Ж. Руссо ("Есенина"), а Н. Бор ("Дон Кихот") находился под сильным влиянием философии С. Кьеркегора ("Штирлиц"), что нашло свое отражение в вероятностной интерпретации квантовой механики.

В.В. Гуленко "Критерии взаимности"; Прямой заказ - подстройка для вмешательства

Общение немного напряженное, но притягательное, так как в партнере видишь реализатора своих планов. Поэтому ищешь пути подстройки под него для завладения

Заказ

Автор: admin
25.06.2010 05:49 -

его доверием. Это происходит лишь тогда, когда удастся как бы застать его врасплох, когда он отвлечен, расслаблен и плохо контролирует свои поступки сознанием. Выйдя из-под «гипноза» партнер нередко понимает, что его в какой-то степени используют, после чего обычно наступает некоторое охлаждение. Обнаружив ослабление своего влияния, вы предпринимаете меры для более тонкой подстройки. Общение по этой причине приобретает пульсирующий характер.

Обратный заказ - опасливая подстройка

Общение не столько интересное, сколько тонизирующее и мобилизующее. К высказываемому партнером мнению, а также его поведению относишься критически. Если наступает молчание, испытываешь дискомфорт. Временами кажется, что партнер что-то не учитывает или не замечает и тогда прикладываешь силы, чтобы обратить на это его внимание. К такому партнеру не очень-то стремишься, гораздо чаще он сам предлагает вам то или иное дело. В зависимости от того, насколько ему удастся заинтересовать вас, отношения завязываются или нет. Убедившись, что партнер снабжает вас действительно ценной информацией, вы пользуетесь ею с большой пользой для себя.

Бинарные признаки интертипных отношений

Отношение, экстравертное с обеих сторон. Его следует выбирать для стабильной деловой активности. Заказные диады и триады зарекомендовали себя в качестве очень продуктивных групп, осуществляющих экспансивную политику в своей сфере деятельности. Для семьи эти отношения уместны лишь тогда, когда оба супруга посвящают себя совместной полезной работе со многими деловыми контактами.

Заказ плюс-минус: без постоянного речевого контакта и планирования своих дел заказчик и приемник сбиваются, их работа ухудшается. Высокий темп их деятельности не может быть хаотическим. Срыв планов в заказной паре переживается очень болезненно.

Заказ-плюс предполагает компетентность заказчика перед лицом своего приемника - умение четко, логично, убедительно изложить суть дела и необходимость предлагаемых действий. Заказ, не подкрепленный фактами, исходящий из одних эмоций или амбиций, к прогрессу в этих отношениях не приводит.

Заказ-минус самым драматическим, заставляющим человека переживать очень противоречивые чувства. Попав "под заказ", человек испытывает несомненный эмоциональный подъем. Это отношение будит творческие силы в человеке, но и толкает на досадные ошибки в связи с необъективной оценкой собственных достижений.

Заказ-плюс усиливает в человеке конкретную составляющую его мышления, улучшает его организаторские способности, которые связаны с умением трезво оценить сложившуюся ситуацию и выдать четкие указания. Приемником нельзя управлять через воодушевление, обещания и радужные перспективы. Заказное управление строится на конкретном знании ситуации и опыте решения задач подобного рода.

Заказ-минус - отношение тревог и отрицательных предчувствии, но в то же время нахождение "под заказом" улучшает фантазию, пробуждает веру в собственные силы. У подзаказного нередко появляются неординарные решения, опережающие текущую ситуацию.

Заказчик проявляет постоянную деловую активность. Он должен пребывать в движении, задавать активный деловой ритм, всюду успевать. Приемник заказа испытывает сильнейшую эмоциональную динамику. Его состояние драматизируется: надежды сменяются разочарованиями, горечь перемешивается с приятными чувствами.

Приемник стремится подражать заказчику в его методах решения проблем, и сам заказчик не прочь научить приемника своим секретам. Таким образом, с течением времени они сближаются все больше. Одновременно падает рабочее напряжение в этой диаде - она выдыхается, её производительность снижается. Заказчик и приемник становятся взаимозаменяемыми: одинаково представляют диаду во внешнем мире.

В.В. Гуленко, А.В. Молодцов "Введение в соционику";

Эти отношения ассиметричные, т.е. неравные. Первый партнер относится ко второму совсем не так, как второй к первому. Первый партнер, который называется передатчиком заказа, или просто заказчиком, смотрит на второго, называемого приемником, сверху вниз, как на более низкостоящего, недооценивая его. Второй смотрит на первого (приемник на заказчика), наоборот, как на человека интересного,

значимого, переоценивая его поначалу. Приемника может восхищать в заказчике, во-первых, его поведение, манера держаться, умение легко сделать то, к чему стремится приемник, и, во-вторых, стиль изложения его мыслей, его творческий почерк. Приемник в присутствии заказчика невольно начинает заискивать перед ним, угождать ему по каким-то для себя непонятым причинам. Начинается это с мелочей, а потом делается больше и больше, пока приемник сам не начинает сдерживать себя. Причем со стороны это воспринимается так, как будто приемник почему-то оправдывается перед заказчиком. Вместе с тем для приемника есть в поведении заказчика и неприятные, раздражающие моменты. Те черты, которые заказчик выпячивает, для того чтобы, с его точки зрения, хорошо выглядеть в обществе, привлечь к себе внимание, проникают в подсознание приемника и будят в ней неясную и смутную тягу к активности по устранению тех условий, которые заставляют заказчика страдать или вести себя так неестественно. Однако приемнику всегда непонятно, что же надо конкретно делать. Выдаваемый заказ оказывается не индивидуальным, а социальным, т.е. за ним скрываются проблемы той группы людей, в которую включена эта пара. Со стороны отношения социального заказа воспринимаются как ровные, бесконфликтные. Инициатором их почти всегда является заказчик. Приемник ощущает со стороны заказчика какое-то душевное расположение к себе. Заказчик старается всячески поощрить приемника, позаботиться о нем, поддержать его по мере сил. Обратный отклик бывает обычно только на первых порах. Попытки договориться с заказчиком на равных не имеют успеха, обратная связь никак не налаживается. Заказчик, увы, не слышит приемника. Вследствие этого приемник отходит от него и старается держаться на расстоянии, а то и задеть его каким-либо образом, пуская в ход свою сильную функцию, которая у заказчика является предметом лишь периодической заботы. Таким образом, эти отношения могут быть названы отношениями покровительства при отсутствии обратной связи. Со временем они могут перерасти в почти полное игнорирование приемником заказчика. Приход к такому положению говорит о том, что заказ полностью осознан как социальный.

В.В. Гуленко

Эти отношения ассиметричные, т.е. неравные. Первый партнер относится ко второму совсем не так, как второй к первому. Первый партнер, который называется передатчиком заказа, или просто заказчиком, смотрит на второго, называемого приемником, сверху вниз, как на более низкостоящего, недооценивая его. Второй смотрит на первого (приемник на заказчика), наоборот, как на человека интересного, значимого, переоценивая его поначалу.

Приемника может восхищать в заказчике, во-первых, его поведение, манера держаться, умение легко сделать то, к чему стремится приемник, и, во-вторых, стиль изложения его мыслей, его творческий почерк. Приемник в присутствии заказчика невольно начинает заискивать перед ним, угождать ему по каким-то для себя непонятым причинам. Начинается это с мелочей, а потом делается больше и больше, пока приемник сам не

начинает сдерживать себя. Причем со стороны это воспринимается так, как будто приемник почему-то оправдывается перед заказчиком.

Вместе с тем для приемника есть в поведении заказчика и неприятные, раздражающие моменты. Те черты, которые заказчик выпячивает, для того чтобы, с его точки зрения, хорошо выглядеть в обществе, привлечь к себе внимание, проникают в подсознание приемника и будят в ней неясную и смутную тягу к активности по устранению тех условий, которые заставляют заказчика страдать или вести себя так неестественно. Однако приемнику всегда непонятно, что же надо конкретно делать. Выдаваемый заказ оказывается не индивидуальным, а социальным, т.е. за ним скрываются проблемы той группы людей, в которую включена эта пара. Со стороны отношения социального заказа воспринимаются как ровные, бесконфликтные. Инициатором их почти всегда является заказчик. Приемник ощущает со стороны заказчика какое-то душевное расположение к себе. Заказчик старается всячески поощрить приемника, позаботиться о нем, поддержать его по мере сил. Обратный отклик бывает обычно только на первых порах. Попытки договориться с заказчиком на равных не имеют успеха, обратная связь никак не налаживается. Заказчик, увы, не слышит приемника. Вследствие этого приемник отходит от него и старается держаться на расстоянии, а то и задеть его каким-либо образом, пуская в ход свою сильную функцию, которая у заказчика является предметом лишь периодической заботы. Таким образом, эти отношения могут быть названы отношениями покровительства при отсутствии обратной связи. Со временем они могут перерасти в почти полное игнорирование приемником заказчика. Приход к такому положению говорит о том, что заказ полностью осознан как социальный.

Википедия

Асимметричные отношения, в которых заказчик обычно имеет больше влияния на подзаказного, чем подзаказный на заказчика. В таких отношениях заказчик может несколько недооценивать партнера, а подзаказный — стараться либо угодить партнеру, либо сопротивляться его влиянию. С точки зрения модели А программная функция заказчика приходится на демонстративную функцию подзаказного, творческая — на суггестивную, ролевая — на активационную, болевая — на наблюдательную, суггестивная — на болевую, активационная — на программную, наблюдательная — на творческую, демонстративная — на ролевую.

Валентина Мегедь, Анатолий Овчаров

Исполнитель заказа (приемник) в присутствии заказчика (передатчика) активизируется, старается ему в чем-то помочь. Он хорошо понимает потребности партнера, но взаимность бывает только в начале общения. Со временем гармония в отношениях нарушается из-за того, что заказчик не воспринимает доводы исполнителя, пытается ему навязать свою точку зрения, даже руководить его поведением. Вместе с тем

исполнитель чувствует, что ему трудно отказать в чем бы то ни было такому авторитетному партнеру. Неравенство позиций в дальнейшем может привести к спорам и желанию исполнителя отдалиться от своего партнера. В производственных отношениях такое удаление позволяет исполнителю заказа более эффективно выполнять свою работу, а в личной жизни приводит к напряженности и конфликтам.

Заказчик (передатчик) воспринимает своего партнера как человека, нуждающегося в его покровительстве и советах. Ему импонирует желание исполнителя (приемника) понять его и помочь в трудных ситуациях, но эффективной помощи с точки зрения заказчика не получается, т.к. он невольно занижает способности своего исполнителя или предъявляет к нему повышенные требования. Заказчик может брать на себя часть обязанностей исполнителя, но со временем это приводит к переутомлению заказчика, он теряет интерес к своему партнеру. У заказчика может возникнуть чувство раздражения из-за невозможности понять требования и претензии исполнителя. Последний, в свою очередь, пытаясь достичь взаимопонимания, начинает излишне драматизировать происходящее. Ему кажется, что заказчик не считается с его интересами, он делает попытки перевоспитывать партнера, но это оказывается бесполезным, тот по-прежнему не понимает чего от него хотят.

Дело может закончиться разрывом отношений, если исполнитель не смирится с ролью ведомого и не перестанет придирается к своему партнеру вместо того, чтобы просто стараться помогать ему и без лишних слов делать общее дело. Именно дело сплачивает эту пару, тогда отношения становятся стимулирующими и продуктивными.

Екатерина Филатова "Искусство понимать себя и окружающих"

Эти отношения, так же, как и отношения ревизии, асимметричны. Один из партнеров - Заказчик - активизирует слабый 4-й канал Подзаказного. Хорошей обратной связи здесь нет, т. к. обе сильные функции Подзаказного не воздействуют на Заказчика.

Этим механизмом определяется и характер отношений: все, что говорит и делает Подзаказный, Заказчику кажется не слишком важным и значимым, а Заказчик, наоборот, воспринимается Подзаказным как весьма значительная фигура - в сфере действия 2-й функции Заказчика (именно отсюда и поступает "заказ"). Этот заказ очень трудно не выполнить, ибо он воспринимается функцией 4-го канала Подзаказного, внушаемой и не способной критически разобраться в информации.

Заказ

Автор: admin
25.06.2010 05:49 -

Вот как выглядят отношения социального заказа со стороны Подзаказного (Штирлиц), на которого как Заказчик действует его подруга (Наполеон):

(Наполеон - Штирлиц)

Она всегда стремится быть а центре внимания. В любой компании даже совершенно незнакомых ей людей она говорит больше других и громче других. Стремится все делать сама. Ей кажется, что лучше, чем она, никто ничего не сделает. Она очень эмоциональна - легко обижается и легко забывает обиду.

На меня она иногда чересчур давит своей эмоциональностью. Когда обрушивается такой поток эмоций, это меня оглушает, так как сам я совершенно безэмоциональный человек. Но все это не очень сильно на меня действует, так как я много времени уделяю друзьям и спорту. Особенно помогает спорт. Расставшись с подругой, я чувствую себя непривычно возбужденным, это меня раздражает. Но после тренировки, пообщавшись с друзьями и ощущая приятную усталость, я чувствую, как ко мне возвращается ровное, спокойное, умиротворенное настроение, в котором я люблю находиться больше всего.

Как видим, рассказчик (Штирлиц) нашел здесь удачный предохранительный клапан: он регулярно снимает напряжение, полученное при общении с Заказчиком. А что, если бы ему не удавалось это делать? Тогда напряжение могло бы накапливаться до такой степени, что стало бы, в конце концов, серьезным травмирующим фактором.

Вот еще один вариант отношения тех же психотипов (на этот раз речь ведется от лица девушки-Штирлица):

Совершенно неожиданно он признался мне в любви. Я была так ошарашена, что ничего не могла ответить вообще, тем более что с его стороны не было не только робости или смущения, но даже самой обыкновенной деликатности. Он проявлял такой напор чувств, что я едва успевала "выставлять щиты". Мое сопротивление только раздражало его. Бывало, что на время он отходил от меня, но потом все начиналось сначала. От такого напора я потихоньку стала уступать, но хорошо понимала, что это - просто результат давления на меня, а не мои ответные чувства; он их как будто внушал мне... Я старалась как можно реже встречаться с ним, но это было нелегко. Если я

Заказ

Автор: admin
25.06.2010 05:49 -

пыталась объяснить ему, что мы только друзья, как то логически обосновать это он меня как будто не слышал совсем, мои объяснения проходили мимо его ушей.

Мне кажется, перелом в отношениях произошел после того, как я попала в больницу - и даже ему не позвонила, ничего не сказала о предстоящей мне операции. Он узнал об этом через неделю от моих подружек, пришел ко мне в тот же час, но ничего не сказал о моем поступке. Я думаю, что ему нелегко было примириться с поражением, ведь он привык быть лидером, командовать и управлять чувствами других людей. Но и я больше не могла переносить внутреннее давление и напряженность, которые испытывала, находясь рядом с ним.

Сейчас у нас хорошие отношения, мы просто друзья, хотя не знаю, надолго ли?

В приведенном примере важно следующее: степень энергетичности функции 2-го канала Заказчика. В данном случае, поскольку Заказчик - Наполеон, действие этой функции подкрепляется еще и волевым напором "черной" сенсорики (ЧС). В ситуации, когда Заказчик настаивает на ежедневном тесном общении, такое давление может стать совершенно невыносимым.

Но существует и множество других ситуаций, в которых этот вид инертных отношений выглядит не только благополучно, но и вполне благотворно.

Вот как девушка-Есенин рассказывает о своей маме-Драйзере:

(Есенин - Драйзер)

Я всегда прислушивалась к маминым советам. Она человек очень большого трудолюбия, может вообще работать, как машина. Если, например, мы начинаем вскапывать грядки на нашем огороде, то, прокопав немного, мы с папой останавливаемся, нам надо передохнуть, поговорить. Мама же будет копать без усталости, и ее участок будет и глубже вскопан, и выглядеть ровнее.

Мне требуется отдых не просто потому, что я устала, но еще и потому, что мне просто надоедает все время копать и копать. Но если мама рядом, то, передохнув минутку, я бросаюсь к лопате с мыслями: «Надо работать, а то мама через пару минут будет ворчать - какая я бездельница»;

На самом деле, конечно, я страшная лентяйка. Бывает, что, занимаясь чем-нибудь серьезным, я ловлю себя на мысли, что уже давно не делаю нужного дела, а сижу и мечтаю о чем-нибудь постороннем.

В этом примере мама активизирует волевою сенсорику дочери, и это воспринимается не как насилие, а как благотворное действие. Если бы все мамы были Заказчиками, возможно, они «подняли» бы слабые функции своих детей для их же блага, причем у детей это не вызвало бы протеста - все, что говорит и делает Заказчик, для Подзаказного имеет силу внушения.

Бывает, что и дети выступают как Заказчики по отношению к своим родителям, и далеко не всегда это выглядит благополучно. Вот пример:

(Есенин - Робеспьер)

Моя сестра относится к психотипу Есенин, а отец - к психотипу Робеспьер. Каждый раз, когда я приезжала а командировку и останавливалась в их квартире, мне приходилось слышать жалобы и с одной, и с другой стороны. Сестра обычно говорила о том, что ей очень тяжело с «батей» - целыми днями молчит, всегда у него недовольный вид, иногда ворчит: это - не так, то - не так.

- Я уже с детства чувствую себя такой плохой и никчемной, никуда не годной, ни к чему не приспособленной, - сетовала сестра, - он никогда меня ни в чем не поддержал, не воспитывал уверенности в своих силах, мне всегда казалось, что я глупее других...

Заказ

Автор: admin
25.06.2010 05:49 -

Будучи человеком почти аскетического образа жизни, отец был постоянно недоволен неумением сестры вести хозяйство, считать деньги. Однажды (видимо, он долго обдумывал разговор со мной, чувствовалось, что ему это тяжело) он пожаловался:

- Ну, что мне с ней делать? Как можно жить в таком хаосе? Что у нее творится на кухне? Грязная посуда, окурки - ну какой же мужчина, увидев все это, захочет взять ее в жены? А недавно, смотрю, два ковра, которые стояли свернутые за шкафом, - исчезли. Оказывается, она их уже отнесла в ломбард! У нее, видите ли, долги! Разве можно так жить не по средствам? По одежке протягивай ножки! Но ведь бывает, что придет такая разнесчастная, расплатится: "Папа, дай денег, у меня не хватает... Я должна..." Ну что делать, приходится давать, но каждый раз я думаю, что вот теперь она выкрутится из трудного положения, и это
-
последний раз, но потом вся история повторяется снова и снова.

Тут, конечно, главное несчастье - безалаберность дочери, ее неумение вести хозяйство и планировать свой бюджет, что крайне огорчает папу-Робеспьера. Как же разрешается ситуация? Очень просто: дочь пользуется своими эмоциями для давления на отца, зная, что отец не будет в состоянии этому противиться, - и, таким образом, находит возможность жить за его счет.

Как видим, в межличностных отношениях "социальный заказ" имеет такую же большую палитру значений и оттенков, как и все прочие интертипные варианты. Ну, а в деловых контактах?

Там эти отношения могут сослужить большую службу, если о них заранее знать и если уметь их использовать. Вариантов - бесконечное множество. Вот один из них. Представьте, что оба партнера работают в театре и играют в одном спектакле: те же Есенин и Робеспьер. В этом случае заказ по эмоциям наверняка стимулировал бы Робеспьера, делал бы его игру значительно многограннее, чем это могло бы быть с партнером другого психотипа.

Так же, как и в отношениях ревизии, отношения заказа образуют кольца "Заказчик - Подзаказный". В соционике они получили название "кольцо социального заказа". Каждый из 16 психотипов для одного - Заказчик, для другого - Подзаказный (всего 4 кольца):

Дон Кихот -> Гамлет -> Наполеон -> Штирлиц -> Дон Кихот;

Дюма -> Максим -> Бальзак -> Достоевский -> Дюма;

Робеспьер -> Габен -> Драйзер -> Есенин -> Робеспьер;

Гюго -> Гексли -> Джек -> Жуков -> Гюго.

Группа из четырех человек, составляющая «кольцо социального заказа», способна очень активно решать различные творческие задачи. Особенно эффективной оказывается группа из восьми человек, в которую входят два параллельных кольца, где присутствуют четыре дуальные пары. Здесь происходит мобилизация всех сил участников, повышается умственная активность, с одной стороны, и при этом почти не ощущается утомление, поскольку в соседних цепочках дуалы поддерживают друг друга; в приведенной выше схеме такая ситуация реализуется, если задействованы 1-я и 2-я цепочки вместе или 3-я и 4-я вместе.

Евгения Горенко, Владимир Толстиков «Природа собственного Я»

Представляют собой несимметричные отношения. Один из партнеров - так называемый передатчик (заказчик), другой - приемник (подзаказный). Передатчик кажется приемнику важным, значимым человеком. Он очень чутко прислушивается к тому, что требует от него передатчик, пусть даже это будет только намек. Считается, что передатчик, в свою очередь, не слишком обращает внимание на действия и слова приемника, хотя надо отметить, что так бывает не всегда. Здесь нужно учитывать еще и социальный уровень партнеров. Если уровень приемника выше, чем уровень передатчика, взаимный и весьма плодотворный контакт вполне возможен.

Григорий Рейнин «Соционика: Типология. Малые группы»

Это отношения несимметричные. Так их назвала автор соционики Аушра Аугустинавичюте. Один тип — заказчик, другой тип — приемник. Отношения несимметричные вот почему. Специфика состоит в том, что приемник получает импульс от заказчика и как бы усиливает, гипертрофирует его. Соответственно, то, что идет от

приемника, заказчик не слышит вообще или существенно приуменьшает — такой «полупроводник»: в одну сторону проводит, в другую — проводить не хочет.

Например, *Дон Кихот* — заказчик для *Гамлета*. То, что делает приемник, находится в зоне игнорирования заказчика. Непонятно, как он там манипулирует со своей внутренней ситуацией, я не вижу, как это происходит, я ничего про это не знаю. Непонятно, что он там делает. С другой стороны, творческая функция заказчика находится в зоне четвертой функции приемника, т. е. заказчик все время воздействует на приемника через суггестивную функцию, причем воздействие происходит напрямую, так как человек в этом месте открыт или почти открыт для внешних воздействий. В это же время импульс от приемника не проходит совсем, его просто не видят. Иногда, правда, мой приемник может довольно интересно рассказать или, скорее, показать мне, как можно действовать в области моих проблем, потому что у него это зона уверенности. У меня зона уверенности никак с его функциями не связана, т. е. то, что у него — «не надо», у меня — первая функция. Значит, какой там может возникнуть конфликт? «Ты мне не нужен». Мы часто наблюдаем, как приемник старается каким-то образом оттолкнуться от заказчика, уйти подальше, но ведь бывают ситуации, когда это невозможно. В семье это сделать легче: можно заняться общественной деятельностью, установить дистанцию, а вот на работе бывает очень трудно. Поэтому психологическая цена таких отношений на работе оказывается зачастую очень высокой. Если подобная ситуация складывается в экипаже самолета, то это уже серьезно, потому что высокая психологическая усталость одного из членов экипажа чревата ошибками. Приемник стремится отойти от заказчика. Это чисто инстинктивное действие.

В этих отношениях один человек другого воспринимает как более значимого. В отношениях социального заказа и отношениях социального контроля одному перед другим все время хочется отчитаться или оправдаться. Оценка заказчика для приемника очень важна и гораздо более значима, чем оценки других людей.

Обсудить на форуме