

Содержание

| | | |
|----------|--|-----|
| | Об авторе | 3 |
| | От автора | 5 |
| | Предисловие | 7 |
| Часть I | Общие сведения | 13 |
| | Что такое метапрограммы | 13 |
| | История возникновения и использования метапрограмм | 23 |
| | Классификации метапрограмм | 25 |
| Часть II | Описание метапрограмм | 32 |
| | Метапрограмма «Классификация мира» | 32 |
| | Метапрограмма «Стиль организации информации» | 49 |
| | Метапрограмма «Сенсорная репрезентативная система» | 49 |
| | Метапрограмма «Размер информационного блока» | 56 |
| | Метапрограмма «Способ мышления» | 61 |
| | Метапрограмма «Фокус сравнения» | 65 |
| | Метапрограмма «Мотивация» | 74 |
| | Метапрограмма «Направление мотивации» | 74 |
| | Метапрограмма «Стиль реакции» | 83 |
| | Метапрограмма «Референция» | 86 |
| | Метапрограмма «Время» | 94 |
| | Метапрограмма «Ориентация во времени» | 94 |
| | Метапрограмма «Временные координаты» | 100 |
| | Метапрограмма «Убедители» | 103 |
| | Дополнительные метапрограммы | 107 |
| | Метапрограмма «Направление внимания» | 107 |
| | Метапрограмма «Стрессовая реакция» | 108 |
| | Метапрограмма «Предпочтение условий сотрудничества» | 110 |

| | | |
|------------|---|-----|
| | Метапрограмма «Структура правил» | 112 |
| | Модели человеческой мотивации | 114 |
| | Основные положения, касающиеся всех метапрограмм | 120 |
| Часть III | Метапрограммы в работе менеджера по персоналу | 122 |
| | Подбор персонала | 123 |
| | Составление метапрограммного профиля для вакансии | 127 |
| | Составление объявления о вакансии с учетом метапрограммного профиля нужного нам кандидата | 140 |
| | Анализ резюме кандидата на должность | 143 |
| | Проведение телефонного собеседования | 146 |
| | Проведение личного собеседования либо интервью | 147 |
| | Адаптация | 154 |
| | Мотивация | 154 |
| | Оценка и развитие | 154 |
| Часть IV | Управление людьми | 156 |
| Часть V | Продажи и переговоры | 170 |
| Часть VI | Проведение презентаций | 179 |
| Часть VII | Коучинг | 180 |
| Часть VIII | Саморазвитие | 187 |
| | Калибровка, или распознавание, метапрограмм | 190 |
| | Навык мыслить и говорить через разные метапрограммные фильтры | 190 |
| | Развитие собственных метапрограмм | 191 |
| | Использованные источники | 194 |

ОТ АВТОРА

С моделью метапрограмм я впервые познакомилась в 2003 году и с 2005 года активно использую ее в самых разных сферах деятельности – при продажах, переговорах, подборе персонала и управлении им и, конечно, в личной жизни. Я люблю эту модель за эффективность и легкость ее практического применения.

Как правило, модель метапрограмм изучают на специализированных курсах, а открытой и доступной информации об этой модели для тех, кто не является специалистом НЛП, очень мало, при том что метапрограммы являются великолепным и результативным инструментом и для профессиональной деятельности, и для личного развития.

Основная цель этой книги – дать четкие и понятные рекомендации относительно того, как можно применять метапрограммы в бизнес-контексте. Естественно, этого нельзя сделать, не описав, что же представляют собой метапрограммы и как их выявлять в речи человека. Поэтому книга состоит из двух частей.

Первая часть – описание метапрограмм, которое хорошо известно специалистам НЛП и не представляет собой ничего нового или уникального в данной области. Это скорее синтез того, что я знаю о метапрограммах благодаря:

- Евгению Лещенко, тренеру НЛП и коучу, который познакомил меня с моделью метапрограмм и вдохновил на изучение и применение их в работе;
- Андрею Плигину, основателю «Центра НЛП в Образовании», и Александру Герасимову, его директору (г. Москва, Россия);
- Юрию Чекчуруну, основателю и директору «НЛП-Факультета», НЛП-тренеру «Института НЛП» (г. Новосибирск, г. Москва, Россия);
- множеству источников и книг на русском и английском языке, посвященных НЛП в целом и модели метапрограмм в частности.

Андрею Плигину и Александру Герасимову я хотела бы выразить особую благодарность за разработанную ими и приведенную в этой книге классификацию метапрограмм, за большое количество метафор и примеров в описании метапрограмм, которые использованы в книге и которые своим рождением обязаны Андрею и Александру, а также за подход к преподаванию данной темы в целом, практикуемый ими.

гическими инструментами моделирования и организации консультирования на его основе.

В этой книге довольно подробно представлен один из таких инструментов – «*метапрограммы*», описывающий глубинные и универсальные фильтры, ментальные и поведенческие предпочтения людей: стили организации информации, направление мотивации, особенности принятия решений, предпочтения ко времени и т. д.

В целом это системное и относительно простое описание довольно значимых индивидуальных особенностей, которые позволяют составить общий психологический профиль человека. Люди давно мечтали раскрыть психологические основы нашей уникальности и неповторимости, чтобы лучше понимать друг друга и учитывать наши предпочтения для улучшения коммуникации, повышения качества обучения и труда, достижения высочайших результатов в профессиональной деятельности.

Преимущество метапрограммного подхода состоит в том, что он позволяет быстро, динамически (а не статически, как это бывает в «портретных» описаниях) определить и затем учесть наиболее важные особенности людей.

В рамках общепсихологической теории (на языке академической психологии) метапрограммы следует отнести к индивидуальным стилям (когнитивному стилю, стилю деятельности и т. д.).

Несмотря на большую популярность метапрограмм среди специалистов НЛП, широкое использование этих знаний среди менеджеров в бизнесе – рекламе, командообразовании, отборе кадров, тайм-менеджменте, рекрутинге, PR-технологиях и т. д., до сих пор не написано популярной и простой книги, в которой можно было бы получить качественное и системное понимание этого великолепного инструмента.

Данное издание представляет собой именно такой практико-ориентированный вариант изложения метапрограмм, заслуживающий всяческих похвал! Его автор не только собрал многое воедино, но и сделал вполне оправданные упрощения, следуя четко выбранной логике, привел необходимые примеры и изложил основы применения данных знаний, пропустив их сквозь собственный опыт.

Многое из представленного в этой книге мы преподаем на своих семинарах и тренингах в «Центре НЛП в Образовании», однако изложенный здесь материал несколько расширяет нашу классификацию с учетом разработок различных авторов НЛП. Некоторые моменты могут быть дискуссионными, но с практической точки зрения они полезны.

Выражу уверенность, что эта книга поможет многим специалистам в области построения коммуникации, подбора и развития персонала легко и быстро познакомиться с эффективным и глубоким инструментом! Конечно, будет замечательно, если читатель, заинтересовавшись метапрограммами, пройдет еще и тренинг, чтобы знания сделать практикой («из разума – в мышцы»).

А.А. Плигин,
научный руководитель «Центра НЛП в Образовании»,
доктор психологических наук

Вряд ли мы кого-то удивим, если напомним, что все люди разные. У нас разные телосложение и цвет глаз, разные привычки и предпочтения. Как говорится, о вкусах не спорят, потому что у нас еще и разные критерии относительно окружающей жизни и мы верим в разное. И есть еще одно, что нас отличает, – разное мышление, и действуем в этом чудесном и удивительном мире мы тоже по-разному.

При этом у нас у всех есть много общего. Мы – люди, у нас общий генетический код и общая структура организма, у нас часто общие идеи и ценности. И даже бывает, что совпадают убеждения и образ мыслей. Когда на нашем пути встречается кто-то, кто думает так же, как мы, с этим человеком нам обычно легко общаться, работать и достигать успеха или просто проводить время. А вот вопрос: как же мы думаем? Каковы механизмы нашего мышления и восприятия? Чем они отличаются и в чем сходны?

Одна из моделей, описывающих то, как мы воспринимаем мир и как мыслим, – метапрограммы.

Что такое метапрограммы

Метапрограммы – это привычки мышления. Они являются фильтрами восприятия и отображают структуру мышления человека.

Вокруг нас в мире существует множество информации. Что-то из нее мы воспринимаем осознанно, однако большую часть – бессознательно. Все мы каким-то образом фильтруем, что из окружающего мира будет воспринято и обработано, а что – нет. Многим известно «магическое число Миллера 7 ± 2 »¹, которое показывает, что одновременно человек может сознательно воспринимать количество единиц информации, равное 7 ± 2 . Если единиц информации будет больше, часть ее теряется, проходит мимо сознания.

Знаете, как бывает, когда два человека стали свидетелями одного и того же события и потом рассказывают о нем? Порой слушаешь и поражаешься: как будто они о разных событиях говорят, настолько могут отличаться их истории.

¹ «Магическое число Миллера 7 ± 2 » – закономерность, обнаруженная американским ученым-психологом Джорджем Миллером, согласно которой кратковременная человеческая память, как правило, не может запомнить и повторить более 7 ± 2 элементов. Эта закономерность была изложена в его работе «The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on our Capacity for Processing Information», увидевшей свет в 1956 году в «Psychological Review».

Естественно, возникает вопрос: по какому принципу информация либо попадает в сознание, либо пропускается? Какие критерии существуют для этого? Что это за фильтры, которые «управляют» поступающими потоками информации? Как эти фильтры распределяют их, выделяя важные и игнорируя незначимые?

Одними из таких фильтров и являются *метапрограммы*. Наиболее привычные для нас метапрограммы – свойственный нам тип и способ мышления – определяют, какую информацию из окружающего мира нам стоит воспринимать и запоминать, а какой можно пренебречь. В некоторой мере они, являясь фильтрами, начинают «управлять» нашим восприятием.

Мышление имеет определенную структуру. По сути, структура есть практически у любых систем – организмов, механизмов или явлений, равно как и у мышления. Мы определенным образом обрабатываем поступающую информацию, определенным образом сортируем ее и каким-то своим особым способом выстраиваем взаимосвязи. У кого-то эти способы похожи, у кого-то они отличаются. Те, кто сходным образом обрабатывает информацию, легче находят друг с другом общий язык и взаимопонимание – еще бы, ведь у них информация отсортирована и распределена одинаково, они мыслят в одном направлении! А есть такие люди, у которых структура мышления отличается, и тогда им бывает труднее понять друг друга.

Наше мышление имеет отображение в речи и поведении, на что указывал Ноам Хомский. Структура мышления непосредственно отражается в структуре нашей речи (устной и письменной), в том, как мы выражаем свои мысли, как расставляем акценты. Соответственно, слушая человека и определяя структуру речи, мы можем понять и структуру его мышления.² Важным здесь является то, что метапрограммы передают именно структуру мышления, а не его содержание. Они не говорят нам ничего о самом человеке – добрый он или злой, умный или глупый и прочее, а только о том, **как** он мыслит.

Отображая структуру мышления и являясь фильтрами восприятия, метапрограммы также – и это очень важно понимать! – являются привычками мышления. Это, в сущности, такие же наши привычки, как и любые другие. Мы просто когда-то приучились воспринимать информацию, пропуская ее через определенные фильтры, приучились ду-

² Ноам Хомский – американский лингвист, политический публицист и теоретик. Профессор лингвистики Массачусетского технологического института, автор классификации формальных языков, называемой *иерархией Хомского*. Его работы о порождающих грамматиках внесли значительный вклад в развитие когнитивных наук, в частности его работа «Синтаксические структуры» помогла установить новые связи между лингвистикой и когнитивной психологией и легла в основу психолингвистики.

мать определенным образом. А привычки, как вы знаете, бывают очень устойчивыми – особенно привычки, с которыми мы живем годами. Некоторые привычки настолько устойчивы, что они сохраняются (пусть на какое-то время) даже тогда, когда условия жизни или обстоятельства изменились. Например, если выключатель в комнате находится в определенном месте, мы так привыкаем к этому, что, если его куда-либо перенести, мы еще какое-то время будем автоматически тянуть руку туда, где он был раньше.

В том, что метапрограммы являются привычками, есть два положительных аспекта. Первый – раз это привычки, значит, их можно менять. Если человек осознанно занимается изменением и развитием своих метапрограмм, то через какое-то время они могут измениться, следовательно, может измениться и способ мышления. Второй – эти привычки достаточно сильны и устойчивы. Соответственно, поменять их можно, но это требует времени (по нашим наблюдениям, обычно не менее полугода осознанного развития). И если мы определим метапрограммы человека, то можем быть уверены, что завтра, послезавтра, через месяц и более человек будет использовать те же фильтры и ту же структуру мышления, как и в момент нашего знакомства с ним. Если же человек не занимается осознанно развитием своих метапрограмм, то они могут либо поменяться произвольно в результате изменений контекста, среды, в которой он находится, либо оставаться одними и теми же на протяжении многих лет или даже десятилетий. Первое случается довольно редко и требует намного больше времени, чем полгода.

Для чего же нам могут быть полезны метапрограммы и как их применять? Где пригодятся знания о них и навыки работы с ними?

Основными областями применения метапрограмм являются:

- коммуникации любого рода и вида;
- Human Resource Management (HRM): подбор, мотивация, оценка, развитие;
- управление людьми;
- продажи, переговоры;
- маркетинг и реклама;
- презентации;
- саморазвитие;
- личная эффективность.