

Жмай А. В.

Член правления

*Общественная организация «Молодежная организация «Энектус»
при Одесском национальном университете имени И. И. Мечникова»*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ СЕМИ РАДИКАЛОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

В XXI веке значительное внимание как на макро-, так и на микроуровне уделяется человеческому капиталу. Количественные и качественные показатели эффективности деятельности предприятия сегодня во многом зависят не от характеристик оборудования, но от характеристик персонала, который этим оборудованием управляет.

Понятие «человеческий капитал» появилось в середине XX века во многом благодаря работе американских экономистов Т. Шульца и Г. Беккера [1, 2]. В самом простом виде в него включают здоровье, интеллект, знания, качество жизни, а также качественный и производительный труд.

Однако сам факт наличия человеческого капитала, будь то в качественном или количественном измерении, не является определяющим фактором, гарантирующим процветание. Способность эффективного управления и использования человеческого капитала выступает ключевым фактором, определяющим экономический потенциал компании или государства [3].

В современном мире при отборе, подборе и управленческом сопровождении персонала в организации используются различные инструменты: типология Майерс-Бриггс, модель DISC и др. На наш взгляд, ещё одним способом повышения эффективности управленческой деятельности может быть применение методики семи радикалов, разработанной российским учёным Виктором Викторовичем Пономаренко.

В своей книге «Практическая характерология» он говорит о том, что определяющим фактором в поведении человека является его характер –

«способ адаптации индивидуума к социальной среде» [4, с. 23]. Формируется он как сочетание усвоенных и реализуемых в течение жизни стереотипов, которые в конечном итоге формируют некий индивидуальный набор.

Таким образом, «реальный характер — это коктейль; смесь, микстура из тенденций, определяющих различную стилистику поведения» [4, с. 27]. Именно эти качества Пономаренко и называет радикалами (от лат. *radix* – «корень»). В своей методике он рассматривает основные семь радикалов: истероидный, гипертимный, шизоидный, паранояльный, эпилептоидный, тревожный и эмотивный.

Психолог и когнитивист Алексей Филатов предложил простые и понятные критерии для сравнения, а также соответствующие им характеристики каждого радикала [5].

1) Чего хочет и на что готов ради этого?

Истероидный: хочет быть звездой и ради этого готов обманывать.

Гипертимный: хочет новых ощущений и ради этого готов к экспериментам.

Шизоидный: хочет быть мессией и ради этого готов быть сумасшедшим.

Паранояльный: хочет денег и ради этого готов манипулировать.

Эпилептоидный: хочет власти и ради этого готов к насилию.

Тревожный: хочет быть уверенным и ради этого готов на всё.

Эмотивный: хочет тепла и ласки и ради этого готов быть послушным.

2) Что любит?

Истероидный: себя и свою уникальность.

Гипертимный: приключения.

Шизоидный: свои идеи и мысли.

Паранояльный: эффективность.

Эпилептоидный: силу и порядок.

Тревожный: своих «тараканов».

Эмотивный: всех.

3) Что ненавидит?

Истероидный: всех, кто лучше него.

Гипертимный: ограничения и стабильность.

Шизоидный: тех, кто не способен их понять.

Паранояльный: всё, что бесполезно.

Эпилептоидный: слабости и хаос.

Тревожный: своих «тараканов».

Эмотивный: тех, кто ненавидит.

4) Кого и почему обманывает?

Истероидный: всех, потому что правда некрасива и неинтересна.

Гипертимный: для удовольствия, потому что правдой его не получить.

Шизоидный: глупых, потому что знать правду достойны не все.

Паранояльный: для манипуляций, потому что правды не существует.

Эпилептоидный: чужих, своим говорит правду.

Тревожный: тех, кого опасается, потому что правду нельзя говорить тем, кто сильнее.

Эмотивный: себя, потому что правда слишком жестока, чтобы её знать.

5) Что является самым главным и почему?

Истероидный: быть на виду и привлекать внимание – без этого не чувствует, что он лучший.

Гипертимный: разнообразие и общение – без этого уходит в депрессию.

Шизоидный: понять, что является самым главным – всё остальное неважно.

Паранояльный: эффективное достижение цели – потому что время не купить.

Эпилептоидный: решить, кто главный – всё остальное вопрос контроля.

Тревожный: найти своё место под солнцем – потому что без этого холодно и страшно.

Эмотивный: разобраться в себе – без этого не знает, на что способен.

6) Как относится к деньгам?

Истероидный: это показатель успеха и уникальности человека.

Гипертимный: это средство для получения новых удовольствий и впечатлений.

Шизоидный: это средство для развития технологий, знаний и творчества.

Паранояльный: это средство для зарабатывания денег.

Эпилептоидный: это средство для получения контроля и власти.

Тревожный: это то, что нужно отложить на чёрный день.

Эмотивный: это средство достижения спокойствия и комфорта.

Это только некоторые характеристики, но даже они позволяют понять, что данная методика может применяться менеджерами на разных уровнях управления.

Например, зная, что истероидный тип любит себя и свою уникальность, можно мотивировать его вручением какой-нибудь грамоты или другого символического поощрения, и обязательно сделать это открыто, так как для этих людей очень важно внимание окружающих.

Определив, что эпилептоидный радикал является ведущим у вашего сотрудника, вы понимаете, что важно стать для него «своим». В таком случае, можно практически не опасаться того, что он будет вас обманывать – более того, это будет ваш надёжный союзник в коллективе.

Обладая информацией о том, что люди с преобладающим шизоидным радикалом не любят тех, кто не способен их понять, вы поймёте, насколько важно тщательно подготовиться и «быть на одной волне» с HR-менеджером или начальником, который относится к этому типу.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что знание методики семи радикалов открывает новые возможности для менеджмента. Так, зная предрасположенность сотрудников к определённому типу работы, можно повысить их эффективность, определить коммуникационные стратегии для каждого из них и так далее.

Однако, как и в случае с другими методиками определения и классификации человеческих качеств, следует быть внимательными и осторожными. Поспешные выводы или некорректно донесённая информация могут, наоборот, негативно отразиться на взаимоотношениях менеджера и персонала.

Список использованной литературы

1. Becker G. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis. – University of Chicago Press; 3rd edition, 1994. – 390 p.
2. Schulz T. Investment in Human Capital. The Role of Education and of Research / T. Schulz. – New York : The Free Press; London : Collier-Macmillan Limited, 1971. – 272 p.
3. Авдеев Е. В. Сущность и особенности формирования человеческого капитала. *International Agricultural Journal*. №1. 2020. – с. 159-169.
4. Пономаренко В. В. Практическая характерология с элементами прогнозирования и управления поведением (методика «семь радикалов»). Ростов н/Д : Феникс, 2006. — 252 с.
5. Профайлинг, нейротехнологии, детекция лжи. URL: <https://proprofiling.com> (дата обращения 13.11.2020).