

Карпенко О.Б., Букалов А.В.

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПОВ В СОЦИУМЕ

Проведен анализ данных разных исследователей Украины, России, США и др. по распределению соционических типов в различных профессиональных и социальных выборках. При этом наибольшее влияние на распределение типов в выборке оказывает профессионально-социальный кластер, в котором набраны данные. Этот кластер формируют профессия, род занятий, имущественное и социальное положение, образовательный и культурный уровень типизируемых. Сформулированы требования к минимальной выборке для статистического анализа соционических данных. Показано, что корректным образом полученные и проинтерпретированные данные демонстрируют сходство распределений. Обобщение имеющейся информации показывает, что распределение соционических типов в социуме тяготеет к равномерному.

*Ключевые слова:* соционика, соционический тип, дуальная диада, квадра, клуб, МВТИ, статистика, выборка, равномерное распределение, профессионально-социальный кластер.

## Предварительные замечания

## Первые данные

А. Аугустинавичюте, будучи социологом по образованию и роду занятий, не могла пройти мимо вопроса, какие психические свойства и какие психические типы распространены в социуме. И в её классической работе «О дуальной природе человека» [1] приведены первые данные такого рода. Речь шла о населении Литовской республики. «...Обследовано 100 мужчин и 100 женщин, данные обследования приведены в таблице. Несомненно, что такая незначительная и совершенно случайная выборка людей (200 человек) не может представлять республику. Но ее достаточно для того, чтобы понять: нет ни одного типа ИМ, распространенного только среди мужчин или только среди женщин... В отдельных конкретных выборках, однако, соотношение психических типов представляет высокую поляризованность. В одной из групп Вильнюсского педагогического института в 1978-79 гг. оказалось 28 студенток с ведущими этическими элементами и лишь одна с ведущим логическим элементом ИМ, интровертных 20 и экстравертных типов личности — 9» [1].

	Символ типа	Мужчины	Женщины
	■○	5	2
	■△	4	2
	□●	6	3
	□▲	6	5
	└○	3	10
	└△	5	9
	└●	3	4
	└▲	3	10
	●□	9	3
	●└	4	9
	○■	12	8
	○└	7	15
	▲□	11	4
	▲└	10	6
	△■	8	2
	△└	4	8
	Всего	100	100
	экстраверты	51	45
	интроверты	49	55
	логические	61	29
	этические	39	71

Сама А. Аугустинавичюте прекрасно понимала, что эти данные не отражают численность типов в социуме, это лишь попытка наудачу взять некоторое количество людей и определить их типы. Но это исследование — первое.

С тех пор, как только исследователь-соционик собирает сколько-нибудь значительную соционическую выборку (хотя бы 100 протипированных), у него возникают вопросы:

- Насколько эта выборка отражает общие закономерности?
- Можно ли ожидать, что у других исследователей и в других выборках окажется примерно такое же распределение типов?
- Распределены ли ТИМы в целом в обществе равномерно или между ними есть «вымирающие» и «торжествующие»?
- Если одних типов в выборке мало, а других много, не говорит ли это об ошибках типирования?

### Требования к данным

Статистическому анализу мы можем подвергать выборки, где есть хотя бы несколько представителей каждого типа. 16 типов — это очень много! Мы можем проанализировать измерение тогда, когда оно проводилось хотя бы 10 раз. Если мы хотим что-то сказать о всем соционе, о всех 16-ти типах, нам нужно хотя бы 10 представителей каждого типа. То есть имеет смысл начинать анализ с выборок в 160 чел. Такова первая грубая оценка для объема выборки.

Поскольку для статистического анализа данных такого рода, как получаются при соционических исследованиях, зачастую применяется критерий хи-квадрат, то надо еще соблюдать условие его применимости. А это означает, что представителей каждого типа должно быть не менее 5-ти. Умножаем на количество типов:  $16 \times 5 = 80$ . То есть выборки, в которых представлены все 16 типов и общий объем которых менее 80 чел., можно использовать лишь для иллюстрации каких-то соображений и для выдвижения гипотез, но никак не для полноценного анализа.

В тех случаях, когда в соционических данных заведомо ограничено количество типов (например, анализируются только *сенсорики* либо представители только одной квадры или только одного *клуба*), требования по объему могут быть соответствующим образом уменьшены.

Чтобы легче было сравнивать данные, полученные в разных исследованиях, редакция нашего журнала настаивает на стандартной нумерации типов (такой, как на последней странице журнала) в публикуемых статьях. Это упрощает обработку информации и облегчает её восприятие.

И еще один принципиальный момент: использование соционических символов. Соционик, использующий символьные обозначения, быстрее обрабатывает информацию и делает выводы, реже совершает ошибки при записи и быстрее может донести свое сообщение коллегам. Соционические символы — важный и необходимый инструмент для свертки информации, которая, собственно, и делает соционику такой полезной при анализе разного рода информационных и социальных процессов. С 1998 года, с момента создания шрифта Socionic нет проблем с использованием этих символов в печати, а в последние годы решены все затруднения с их применением в веб-публикациях. Использование других систем кодировки ведет к неизбежным потерям семантики и свернутой информации.

К сожалению, в этой статье не все таблицы и диаграммы приведены в таком виде, потому что часть взята из разных источников как готовые рисунки. Но на наших диаграммах типы выстроены в стандартном порядке и обозначены символами.

### По каким причинам тип может отсутствовать в выборке?

Для тех, кто имеет опыт масштабного типирования, должна быть знакома следующая ситуация. Мы работаем с большим коллективом день, другой, третий и не видим представи-

телей какого-то типа. Совершенно закономерно возникают вопросы о причинах этого явления:

- Мы не видим этот тип, потому что его нет в этом коллективе?
- Или у нас настройка сбилась, мы плохо типлируем и определяем людей этого типа неверно?

Если верно первое, то по каким причинам этот тип может отсутствовать и где, в каких условиях (и коллективах) мы можем его обнаружить?

Во время работы на Крайнем Севере на примере 50 предприятий и фирм самого разного профиля мы убедились, что, как правило, можно указать вполне конкретные причины отсутствия тех или иных типов в определенных выборках. Тут неоценимую пользу оказывает информационный анализ аспектной структуры ситуации, а точнее — конкретной деятельности, которой заняты люди, чьи типы мы определяем. А если мы этот анализ продолжим, то сможем сформулировать и те условия, при которых может наблюдаться «накопление» представителей этого «пропавшего» типа. Остается только найти, где такие условия реализованы, пойти туда и убедиться, что там людей этого типа в избытке. В конце статьи мы вернемся к этим вопросам и проиллюстрируем конкретным примером.

Нельзя сбрасывать со счетов и вероятность второй ситуации. Гораздо честнее признать, что во время типирования членов небольшого коллектива, особенно если каждый из сотрудников — яркая личность и если все они занимаются разными сферами деятельности, может возникнуть искушение (с которым, безусловно, надо бороться) проидентифицировать их всех как разные типы. С другой стороны, подчас сфера деятельности налагает очень сильный отпечаток на тех, кто ею занимается. Так, однажды нам пришлось работать с охранным предприятием. Нарботанная «волевая сенсорика» телохранителей была столь заметна, что нам пришлось придерживаться принципа: «Волевою сенсорику вычитаем — тип определяем!». Понятно, что в таких ситуациях, особенно если тип определяется с помощью тестов, а не в результате диагностического интервью, проводимого экспертами, в итоге может оказаться слишком много представителей одного типа. Более того, если типлируемые думают, что результаты типирования могут оказать влияние на их карьеру, у них, естественно, возникает желание «ответить как надо». А если желаемый образ можно соотнести с качествами какого-то конкретного соционического типа, то некоторые из них всеми силами будут стремиться эти качества продемонстрировать, что, безусловно, тоже затрудняет работу экспертов-социоников.

В этой статье довольно часто будет встречаться термин «равномерное распределение». Применительно к 16-ти типам это означает, что количество людей одного типа составляет примерно 6,25% (100% делим на 16). Учитывая стандартную для социологических выборок погрешность в 2%, мы можем говорить о равномерном распределении, если численность людей одного типа лежит в границах 4,25–8,25%. И только в ситуации, когда это число меньше 2% или больше 13%, можно говорить, что в данной выборке нет равномерного распределения. Но оговоримся сразу — этот вывод можно сделать только по отношению к изучаемой выборке. Чтобы говорить о распределении типов в социуме, надо, чтобы выборка для определения типов составлялась по принципам, принятым в социологии, то есть чтобы она репрезентировала демографическое и социальное разнообразие в обществе и чтобы её объем составлял около 2000 чел. На сегодня подавляющее большинство соционических выборок сложились «случайно», то есть без сознательного вмешательства исследователей и отбора ими тех людей, которые будут протипированы, а «по воле случая», приведшего типлируемого к эксперту. И в этом смысле они не являются статистически случайными. В них есть демографический, социальный и профессиональный «перекос», который не может не влиять на результат.

### Данные для анализа

Исторически второй по счету выборкой, подвергшейся соционическому анализу, была статистика по тесту Майерс-Бриггс (МВТИ). Типология Майерс-Бриггс, как и соционика,

восходит к «Психологическим типам» К.Г. Юнга [21] и тоже оперирует 16-ю типами, но до сих пор идут споры о том, насколько точно эти две типологии соответствуют друг другу [8, 9, 19]. Данные MBTI были критически проанализированы А.В. Букаловым в [3].

**Статистика MBTI (США)**

В США по результатам тестирования 2-х млн. чел. с использованием MBTI были получены следующие результаты (в скобках приведены соционические обозначения соответствующих типов):

ENTP (▲□)	5%	ENFJ (■△)	6%	ESFP (●□)	13%	ESTJ (■○)	18%
ISFP (○■)	5%	ISTJ (□●)	6%	INTP (△■)	1%	INFJ (□▲)	1%
ESFJ (■○)	13%	ESTP (●□)	13%	ENTJ (■△)	5%	ENFP (▲□)	5%
INTJ (□▲)	1%	INFP (△■)	1%	ISFJ (□●)	6%	ISTP (○■)	6%

Безусловным достоинством этой выборки является её объем. Но с первого взгляда видно, что для приведенной статистики характерно аномально малое (по 1%) число некоторых типов, причем — только интуитивных интровертов. Более поздние данные (2010 г., [26]) по намного увеличенной выборке — в несколько миллионов человек — дают похожую картину встречаемости MBTI-типов:

ENTP (▲□)	2-5%	ENFJ (■△)	2-5%	ESFP (●□)	4-9%	ESTJ (■○)	8-12%
ISFP (○■)	5-9%	ISTJ (□●)	11-14%	INTP (△■)	3-5%	INFJ (□▲)	1-3%
ESFJ (■○)	9-13%	ESTP (●□)	4-5%	ENTJ (■△)	2-5%	ENFP (▲□)	6-8%
INTJ (□▲)	2-4%	INFP (△■)	4-5%	ISFJ (□●)	9-14%	ISTP (○■)	4-6%

В этих данных приведена величина разброса количества типов ввиду учета разных выборок (вероятно под влиянием критики, в т. ч. и нашей). Сгладился показатель ESTJ (вместо «выдающихся» 18% — вполне «разумные» 8–12%), значительно изменилась картина для ISFJ (вместо средних 6% почему-то 9–14%), но «подравнялись» значения для остальных типов, кроме INFJ, — для него самые низкие значения — 1–3%.

Распределение отдельных качеств (E–I, S–N, T–F и J–P) в таблице справа [26] говорит о явной «недостаче» интуитивных типов (N), притом остальные полюса представлены примерно поровну.

TOTAL	
E	I
45-53%	47-55%
S	N
66-74%	26-34%
T	F
40-50%	50-60%
J	P
54-60%	40-46%

В первой таблице мы можем заметить «избыток» именно среди экстравертных сенсориков. Остальные 8 типов распределены, в целом, равномерно. Куда же деваются интуитивные интроверты и откуда «появляются» их дуалы? Стоит вспомнить, что речь идет о результатах теста. Нет ничего удивительного в том, что в экстравертированном обществе экстраверсия оказывается социально одобряемым, «положительным» качеством, а интроверсия — чем-то «не вполне приличным».

И если у человека сформирован некий идеальный образ, а А. Аугустиновичюте показала, что таким образом зачастую является дуал [1], то при ответах на тест сознательно или бессознательно такой человек может выбирать черты своего дуала. Мы неоднократно наблюдали, как в процессе типирования люди по тестам выходят «на своих дуалов». Этот ожидаемый, социально одобряемый, ценный для них образ они готовы предъявлять как собственный.

**Исследование статистики MBTI**

Рассмотрим теперь распределение дуальных диад [3], (ожидаемое равномерное распределение — 12,5%).

$\alpha_1$ (▲□, ○■)	10%	$\alpha_2$ (■○, □▲)	14%
$\beta_1$ (■△, □●)	12%	$\beta_2$ (●□, △■)	14%

$\gamma_1$ (●□, △■)	14%	$\gamma_2$ (■△, □●)	11%
$\delta_1$ (■○, □▲)	14%	$\delta_2$ (▲□, ○■)	11%

Как видно, диады распределены весьма равномерно. Несколько меньше  $\alpha_1$ -диад, но в целом отклонения не превышают 2,5%.

### Квадральный анализ данных МВТИ

С точки зрения соционики статистика по квадратам должна быть наиболее равномерной. И действительно, в американской популяции количество типов, принадлежащих к каждой квадрате, на выборке в 2 миллиона человек, составляет:

квадра $\alpha$ (▲□, ○■, ■○, □▲)	24%
квадра $\beta$ (■△, □●, ●□, △■)	26%
квадра $\gamma$ (●□, △■, ■△, □●)	25%
квадра $\delta$ (■○, □▲, ▲□, ○■)	25%

Как мы видим, отклонение по распределению 4-х квадратов минимально, то есть квадраты распределены практически равномерно (25%).

### Статистика НИИ соционики

Как аргумент в полемике в дискуссионной группе Фейсбука была приведена ссылка на статью «Типологический состав участников мероприятий НИИ Соционики» [24]. Информация на 29 ноября 2013 г.

### Анализ электронных списков участников мероприятий НИИС

Ассесмент — более 700 человек, только определение типа		1200 человек (зафиксированные участники всех мероприятий)	
ИЛЭ, ENTP, «Дон Кихот»	10,3%	ИЛЭ, ENTP, «Дон Кихот»	12,9%
СЭИ, ISFP, «Дюма»	2,6%	СЭИ, ISFP, «Дюма»	3,7%
ЭСЭ, ESFJ, «Гюго»	5,7%	ЭСЭ, ESFJ, «Гюго»	6,1%
ЛИИ, INTJ, «Робеспьер»	5,9%	ЛИИ, INTJ, «Робеспьер»	5,8%
ЭИЭ, ENFJ, «Гамлет»	9,1%	ЭИЭ, ENFJ, «Гамлет»	7,1%
ЛСИ, ISTJ, «Максим Горький»	9,1%	ЛСИ, ISTJ, «Максим Горький»	6,9%
СЛЭ, ESTP, «Жуков»	7,4%	СЛЭ, ESTP, «Жуков»	5,8%
ИЭИ, INFP, «Есенин»	2,6%	ИЭИ, INFP, «Есенин»	3,0%
СЭЭ, ESFP, «Наполеон»	3,9%	СЭЭ, ESFP, «Наполеон»	3,3%
ИЛИ, INTP, «Бальзак»	6,2%	ИЛИ, INTP, «Бальзак»	5,6%
ЛИЭ, ENTJ, «Джек Лондон»	5,0%	ЛИЭ, ENTJ, «Джек Лондон»	4,1%
ЭСИ, ISFJ, «Драйзер»	6,3%	ЭСИ, ISFJ, «Драйзер»	5,2%
ЛСЭ, ESTJ, «Штирлиц»	7,7%	ЛСЭ, ESTJ, «Штирлиц»	5,7%
ЭИИ, INFJ, «Достоевский»	3,2%	ЭИИ, INFJ, «Достоевский»	3,7%
ИЭЭ, ENFP, «Гексли»	4,5%	ИЭЭ, ENFP, «Гексли»	7,1%
СЛИ, ISTP, «Габен»	10,6%	СЛИ, ISTP, «Габен»	14,0%

По тексту не совсем понятно, является ли первая выборка частью второй, но в любом случае их характер очень сходный. Объем выборок весьма солидный (700 и 1200 чел.) Мы видим, что всего один-два типа резко выделяются в ту или иную сторону, а прочие распределены практически равномерно.

Показательно, что и в этой выборке *интуитов* несколько меньше, чем *сенсорики*, а вот *логиков* значительно больше, чем *этиков*:



Сами авторы делают такой вывод: «максимальный интерес соционика вызывает у *логиков*, представителей типов *Дон Кихот* и *Габен*, минимальный у *этиков* — *Дюма*, *Есенин*, *Наполеон* и *Достоевский*». То есть вполне корректно отмечают, что речь идет не о распределении типов в социуме, а лишь о тех, кого заинтересовала соционика настолько, что они решили посетить НИИС и принять участие в его мероприятиях.

Распределение по клубам и квадратам практически равномерное:



### Terra Socionika

Еще один московский соционический центр — Terra Socionika — поделился на своем сайте собранной статистикой [25]. Информация также по состоянию на 2013 г. Вот что пишут авторы: «С одной стороны, данная статистика, разумеется, не является репрезентативной и не может являться оценкой истинного распределения типов среди всех людей на планете, граждан России или хотя бы даже жителей Москвы. Эта статистика в основном показывает распределение типов и соционических характеристик среди людей, прошедших через Центр прикладной соционики. Может показаться, что в ней будут представлены только люди, интересующиеся соционикой, а значит, неизбежно смещение в сторону определенных типов, чей интерес к соционике по тем или иным причинам выражен ярче. Однако помимо них мы имеем дело и с другими потоками людей». К сожалению, в дальнейшем авторы с легкостью забывают о качествах этой выборки и переходят к гипотезам о распределении типов в социуме в целом.

Изложим основные тезисы этой статьи.

### Описание выборки

«В исследовании было задействовано около 3-х тысяч человек, прошедших процедуру очного типирования в Центре прикладной соционики за последние несколько лет. Мужчины составили 36,6% выборки, женщины — 63,4%. На момент прохождения типирования 81,3% имели законченное высшее образование, ещё 8,8% — незаконченное высшее или являлись студентами.

Для группы сотрудников от работодателей высшее образование на момент прохождения типирования имели 91,9% респондентов, а незаконченное высшее — 3,3%. Мужчины и женщины составляют 43,2% и 56,8% группы сотрудников от работодателей соответственно. Как мы видим, данные выборки вряд ли можно рассматривать как репрезентативные с точки зрения населения России, где высшее образование, согласно недавним данным Росстата, имеет чуть менее четверти взрослого населения. Обе эти выборки скорее соответствуют относительно молодым офисным сотрудникам (нижнему и среднему менеджменту) в

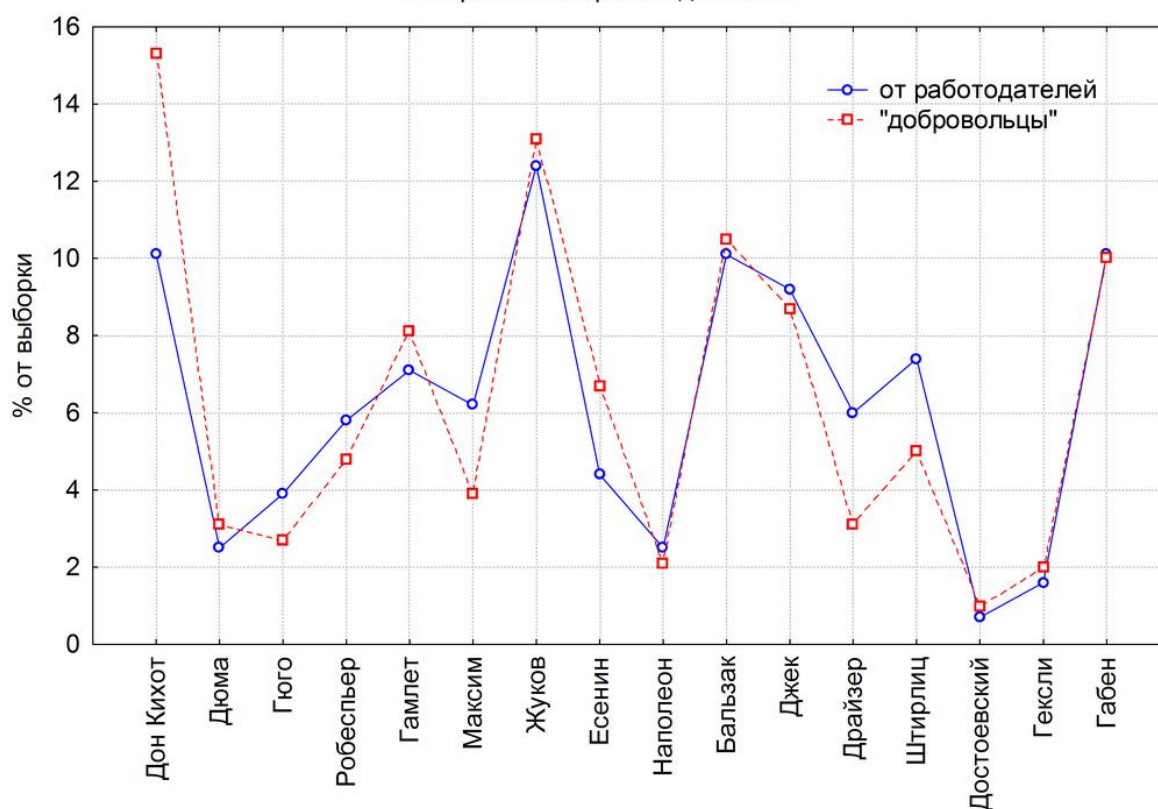


Москве. Большая часть респондентов имеет возраст 19–32 года, средний возраст — 28,4 года» [25].

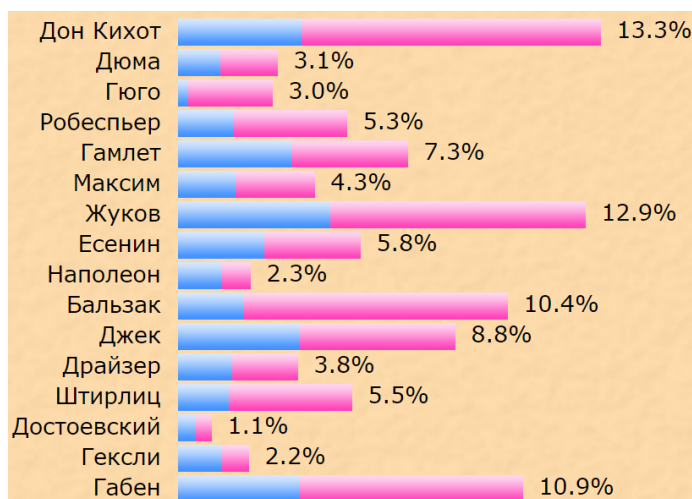
### Результаты

Расхождения между двумя выборками носят вполне предсказуемый характер. Рациональных сенсориков от работодателей значительно больше, чем в группе «добровольцев». Возможно, что представители этих типов не очень интересуются психологическими теориями. Среди «добровольцев» больше *Дон Кихотов*. Это можно объяснить, наоборот, более высокой по сравнению с другими типами восприимчивостью ко всему новому (в том числе и к новым научным методам и теориям), а также высокой «подвижностью» этого типа. Известны случаи, когда сенсорные логики годами читали книги по соционике, искали информацию в интернете и лишь спустя 8-10 лет записывались на типирование. *Дон Кихоты* же на вопрос: «Давно ли Вы узнали о соционике» часто отвечали: «Несколько дней назад» [25].

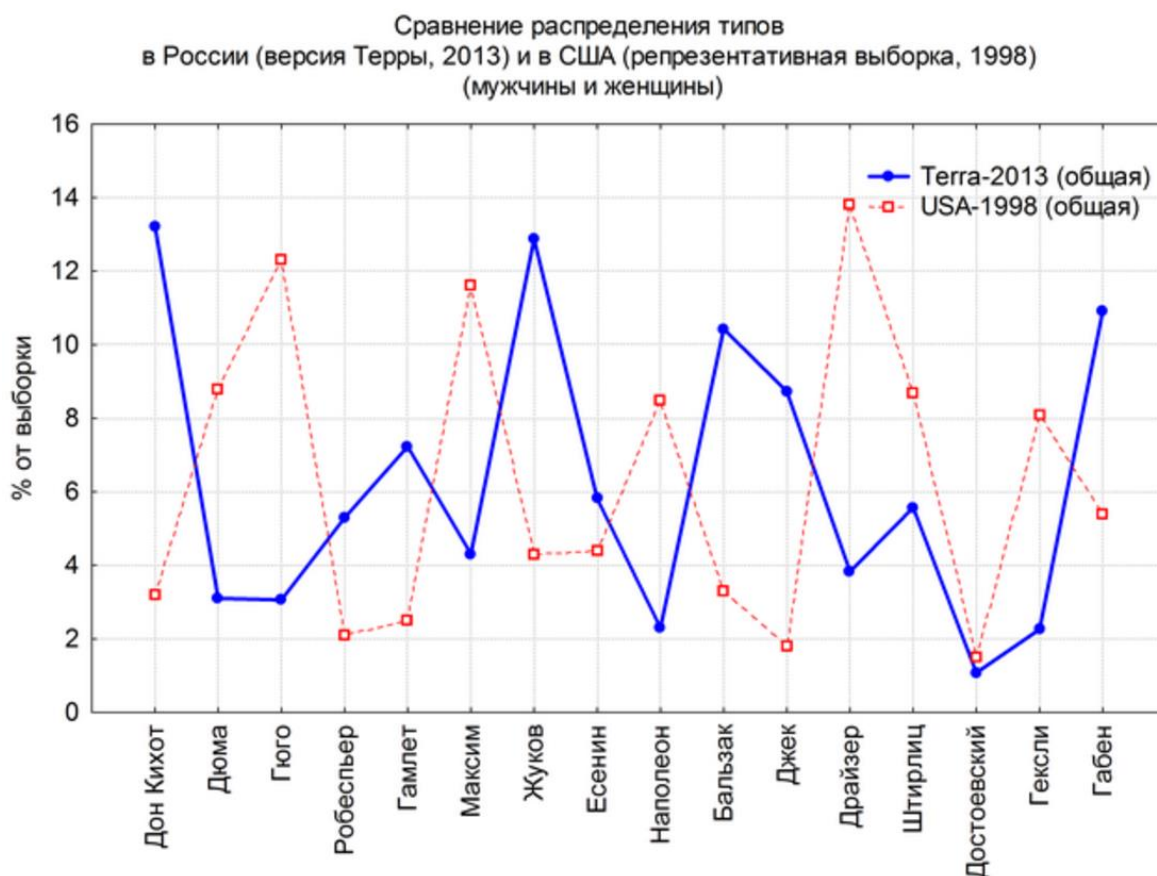
Распределение по типам среди людей, интересующихся соционикой и направленных работодателями



К сожалению, в интерпретации полученных данных авторы допускают излишнюю категоричность: «Как видно, оно очень далеко от равномерного распределения, о котором часто пишут в теоретических статьях по соционике. Так что с мифом о равномерном распределении типов можно смело и навсегда попрощаться». Притом сами же авторы отмечают, что, в частности, образовательные показатели их выборки (процент людей с высшим образованием) существенно отличаются от среднероссийских и дают довольно точное описание социального среза общества, который эта выборка отражает: молодые офисные сотрудники Москвы. И тем не менее авторы подытоживают: «...Самыми распространенными типами, как мы видим, оказались *Дон Кихот* (13,3%), *Жуков* (12,9%), *Габен* (10,9%) и *Бальзак* (10,4%). Остальных типов значительно меньше» [25]. Вот как это выглядит на диаграмме:



Подпись к следующему графику демонстрирует уже окрепшую уверенность авторов в том, что их выборка отражает распределение типов в России. Как и текст: «Для американской выборки характерно преобладание рациональных сенсориков, в то время как рациональные интуиты представлены наиболее слабо. Эти результаты слабо соотносятся как с интегральным типом Соединённых Штатов (*Джек*), так и с результатами других исследований по распространенности различных типов в США. Это может свидетельствовать либо о систематических ошибках в определении типов, производимом по методике МВТИ, либо о принципиально другом распределении типов в США по сравнению с нашей выборкой».



Подчеркнем, что такой перенос на всю Россию закономерностей, выделенных в одной выборке, довольно специфической, хоть и значительной по объему, является неправомерным.

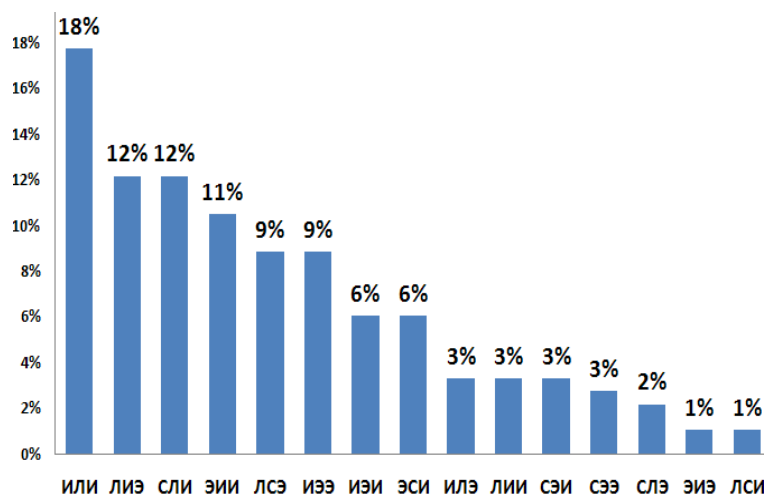


Еще одно замечание касается графического представления данных. В этом случае (как и в подавляющем большинстве ситуаций, когда иллюстрируется не ход процесса и не изменение какого-то параметра, а просто набор значений) гораздо уместнее был бы не график, а диаграмма из столбиков. Линии, идущие вниз и вверх, зритель (читатель) склонен воспринимать как значимые и подсознательно сравнивать длину отрезков и углы наклона, а ведь здесь, по сути, значение имеют не они, а кружочки, отмечающие конкретные значения. И, конечно, чтение псевдонимов типов вместо символьных обозначений, или хотя бы аббревиатур, замедляет анализ этого графика. Хорошо хоть типы выстроены в каноническом порядке.

*Калининградский центр соционики*

Надо сказать, что именно результаты Калининградского центра соционики, доложенные А. Поповым и Т. Процким на 32-й Международной конференции по соционике (Киев, 2016) и изложенные в статье Т. Процкого в этом номере журнала, побудили нас взяться за перо. Аннотация статьи однозначно указывает на амбиции автора: «Статья может быть полезна для тех, кто занимается вопросами интегральной соционики, поскольку в ней предложены, на наш взгляд, наиболее правдоподобные на сегодняшний день предположения о фактическом распределении квадр и типов в обществе», а выводы звучат предельно категорично: «По итогам многолетних наблюдений и сбора статистики различными методами можно с высокой долей вероятности предполагать, что доля квадр Гамма и Дельта в обществе в сумме составляет не менее 70–75%». Давайте же разберем, на чем основана такая уверенность.

Первая из анализируемых выборок – 180 студентов очных курсов Калининградского центра соционики. Т. Процкий пишет: «Лидирующим по численности типом на очных курсах КЦС является ИЛИ (18% наших студентов), превосходящий остальных с большим отрывом. У этого типа сочетаются такие черты как активное стремление к самоанализу и самопознанию (базовая  $\Delta$ ), интересы в интеллектуальной сфере и исследовательская установка (логик-интуит), слабая этика и, как следствие, стремление посредством логики познать эмоциональную сферу человеческой жизни. Судя по всему, ИЛИ и ЛИЭ — одни из самых распространённых психологических типов.



В пятёрке лидеров — все деловые логики и ЭИИ — тоже представитель квадры объективистов. За пять с половиной лет нашей работы у нас на курсах был всего один представитель типа ЭСЭ, что также не случайно... При ошибочных типировании в ЭСЭ чаще всего отправляют женщин ЛСЭ и ЛИЭ в угоду социальному шаблону «эмоциональной женщины». Большое количество ЭСЭ на соционических курсах, о котором говорят некоторые практикующие соционики, для нас представляется крайне сомнительным».

В целом, с поправкой на объем выборки и условия ее появления, она не вызывает большой настороженности. В одном центре на курсах больше одних типов, в другом — других, ничего удивительного. В конце концов и центры, и их лидеры разные, а потому и аудитории у них разные. Не стоило бы, пожалуй, так пренебрежительно отзываться об оценках коллег, но и это можно списать на молодость...

Хотелось бы предостеречь коллег от выстраивания типов на диаграмме в порядке убывания (или возрастания) каких-то данных (численности, в этом случае). Если бы типы были подписаны символами, читателю было бы сразу видно, что в тройке лидеров – *деловые логики* с ■, и оставалось бы поискать глазами еще одного (4-го) *делового логика*. Многообразие признаков, которые соответствуют типу в соционе, допускает некоторый произвол исследователя в том, какие из этих признаков называть как значимые. Вот в данной ситуации можно было бы упомянуть, что лидеры – *динамики*. А еще можно было бы сказать, что у них в квадратных ценностях – *этика отношений* (⊔), но сами они такой развитой функцией не обладают.

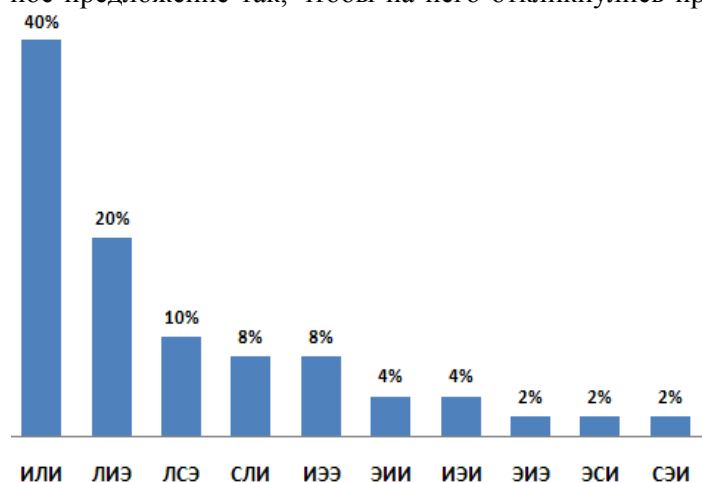
Выборку в 50 студентов интенсивных очных курсов КЦС можно было бы вовсе исключить из нашего рассмотрения ввиду её малости, если бы не «угрожающее» количество представителей одного типа — Δ■ (ИЛИ) — 40%. Тут хотелось бы предостеречь коллег от увлечения процентами при изложении данных. Ведь что такое 2% для выборки в 50 чел.? Это всего лишь один испытуемый такого типа. Проценты могут быть уместны в больших выборках, но в таких маленьких 1–2% — всего лишь единичный случай. Имеет смысл приводить данные в процентном формате, если планируется сравнение выборок, но для иллюстрации распределения численности на малых выборках (до 160 чел.) вполне достаточно конкретных чисел.

Удивительно, как соционики КЦС не задались вопросом, по какой причине их курсы так привлекательны для типа ИЛИ. С легкостью можно выдвинуть несколько гипотез:

- Реклама курсов КЦС такова, что привлекает внимание именно этого типа;
- Текущая ситуация в социуме формирует именно у этого типа потребность в социальной информации;
- Этот тип сейчас особенно активен в образовательной сфере (то есть людей этого типа много на других курсах тоже);
- Имеет место гипердиагностика. Либо у экспертов излишне «широк» образ этого типа, настолько, что в него попадают представители других типов, либо шаблон поведения, присущий этому типу, сейчас особенно востребован в социуме и другие типы мимикрируют под него.

Оттого что КСЦ не осознает причины, по которым на их курсах и консультациях оказывается так много людей одного типа, ситуация не меняется. Либо их реклама и их деятельность, способ подачи информации и информационный имидж привлекают именно этот тип, либо есть сбой в настройке типирования.

Первое из этих предположений видится совершенно естественным для всех тех, кто хоть раз занимался составлением объявлений о вакансии, имея в виду совершенно конкретный соционический тип. Уровень соционических знаний в области профориентации и мотивации сотрудников сегодня довольно высок. Мы можем, мы в состоянии составить рекламное предложение так, чтобы на него откликнулись представители именно этого типа. Зная соционику, можно подобрать те фразы и те обороты, которые привлекут их внимание. Более того, мы знаем, что у разных типов есть свои предпочтения в выборе информационного инструментария, в том числе – и в выборе моделей и методов в соционике. Например, Периодическая система социона Г.А. Шульмана наиболее интересна представителям типа Δ■ (ИЭИ), а «штурвал Калинаускаса» больше всего нравится Δ■ (ИЛИ). Киевская школа соционики, объединя-



соционику, можно подобрать те фразы и те обороты, которые привлекут их внимание. Более того, мы знаем, что у разных типов есть свои предпочтения в выборе информационного инструментария, в том числе – и в выборе моделей и методов в соционике. Например, Периодическая система социона Г.А. Шульмана наиболее интересна представителям типа Δ■ (ИЭИ), а «штурвал Калинаускаса» больше всего нравится Δ■ (ИЛИ). Киевская школа соционики, объединя-

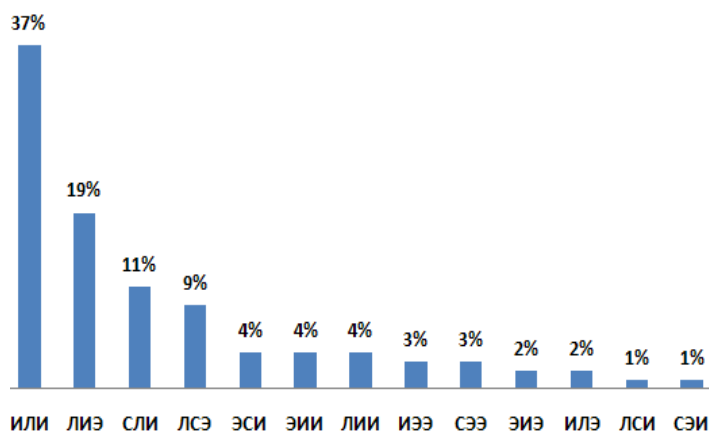
ющая разные Школы и разных исследователей, славится тем, что использует модель А, хотя прочтение этой модели может несколько отличаться. То, что в других Школах и в других Центрах это не так, лишь отражает информационные (ТИМные в том числе) особенности их руководителей и их аудитории. 16 типов – это 16 способов мироощущения.

Второе и третье предположения потребуют социологического и соционического анализа. А вот последнее предположение — серьезная причина насторожиться и проверить свои навыки типирования на каких-то других выборках. Ну, на студентах университета, хотя бы...

В дискуссии во время конференции мы говорили авторам о том, что такая ситуация нуждается в анализе и что эти данные никак не могут служить основой далеко идущих выводов о распределении типов в социуме. Но они эти замечания проигнорировали. А самая значительная из предложенных ими выборок — 257 чел. на очных диагностиках — лишь вынуждает нас укрепиться во

мнении, что либо имеет место систематическая ошибка, либо выборка собрана в очень специфических условиях. Судите сами:

Эта выборка хороша своим объемом.  
По мере накопления опыта типирования, примерно до 250 случаев, для соционика каждый случай – уникальный. До этого рубежа образ типа еще полностью не сформирован. Он похож



на фотографию при малом разрешении – изображение состоит из отдельных фрагментов, «пикселей», отдельных случаев, конкретных людей, которые были протипированы. И только после 250 чел. эта картина начинает обобщаться, взгляд на типы становится более полным. Следующая граница — 500 чел., и этот опыт для эксперта очень важен, и эта граница в его профессиональных навыках очень заметна. Следующий этап – чуть больше тысячи. И надо сказать, что те гипотезы, те предположения, которые вы можете выдвинуть на выборке в 200 чел., совсем не обязательно подтвердятся на выборке в 500, особенно если она собрана в других условиях. А вот закономерности, обнаруженные на выборке в 1000, почти наверняка будут присутствовать и в более крупных выборках.

Итак, посмотрим на диаграмму КСЦ. Тот факт, что при увеличении выборки она не сглаживается, а тип ИЛИ еще больше «выпирает» на общем фоне, просто вопиет о необходимости детального анализа. Тем более, что данные других исследователей не демонстрируют ничего похожего. У нас неизбежно возникает предположение о гипердиагностике именно этого типа.

#### Статистика Международного института соционики

За 25 лет работы по соционическому консультированию МИС собрал значительный объем данных [7, 10–18]. На сегодня в нашей базе данных около 5000 протипированных (с каждым было проведено детальное соционическое интервью). Естественно, нас интересовало, где и каких типов больше, но никогда мы не утверждали, что распределение типов в имеющихся выборках отражает распределение типов в социуме.

Основная наша гипотеза — равномерное распределение типов. А имеющиеся отклонения от него могут быть вызваны двумя причинами:

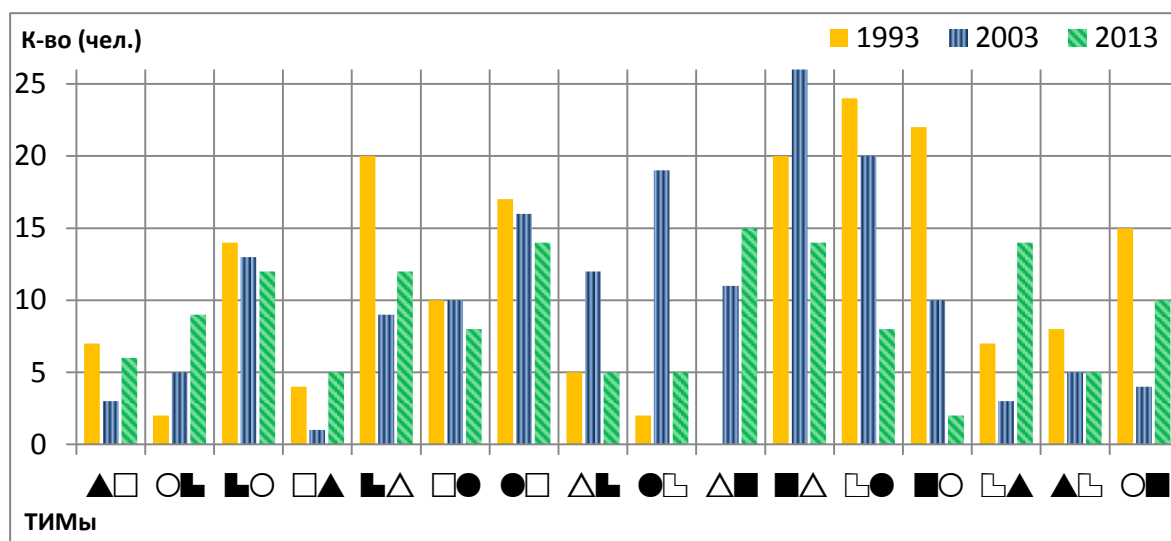
- спецификой формирования выборки;
- особенностями (недостатками) процесса типирования («гипердиагностика»).

### Три года — три результата

Как иллюстрацию того, насколько различными могут быть выборки небольшого объема, предлагаем вниманию читателей примерно одинаковые выборки (177, 167 и 144 чел.) за три разных года с интервалом в 10 лет (1993, 2003 и 2013).

Если бы мы были наивными и/или недобросовестными исследователями, то, заметив, насколько отличаются результаты, и стремясь распространить выводы сразу на социум, мы бы могли сказать, например: «Смотрите, за 10 лет количество людей типа **■○** (ЛСЭ) упало вдвое, а затем уменьшилось еще значительно!». Или так: «За 10 лет количество представителей типа **●◻** (СЭЭ) от 2% увеличилось до 18%, а затем резко упало».

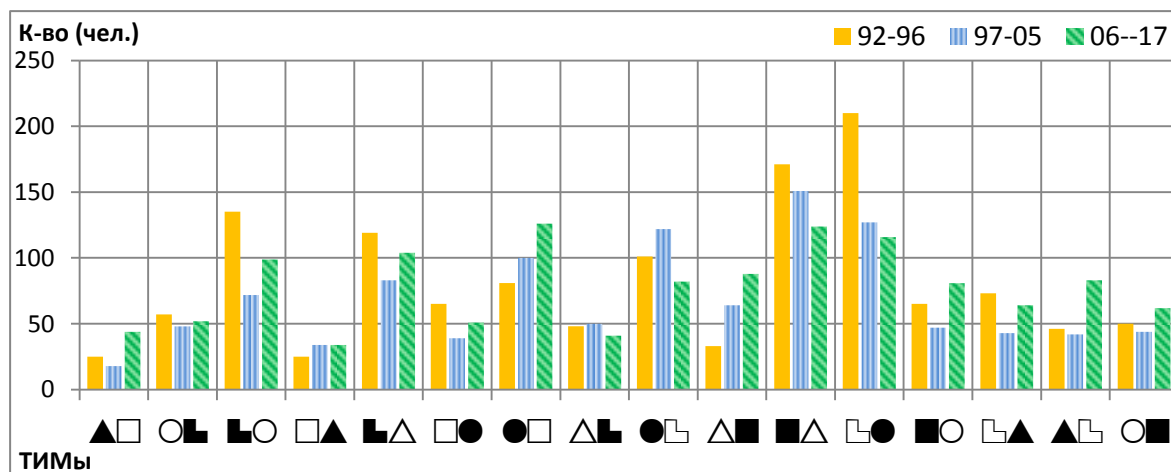
Да, за 10 лет, с 1993 по 2003 год произошли значительные социальные, политические и экономические изменения в той стране, в которой мы работали. Действительно, **●◻** (СЭЭ) стало больше – но где? В том сегменте, в котором мы работали, в том социальном и профессиональном кластере, который мы изучали, а именно – руководители высшего и среднего звена в коммерческом, производственном и добывающем секторах.



В этих трех выборках почти нет работников государственных организаций, учителей и медиков, сотрудников органов государственного управления и силовых структур, людей науки и искусства. И здесь совершенно точно нет безработных. То есть о «распределении в социуме» наши выборки не говорят.

### Три периода — три результата

Возьмем примерно одинаковые, но намного бóльшие выборки за три разных периода (1304, 1084 и 1251 чел.). Они тоже не дают одинаковых результатов:

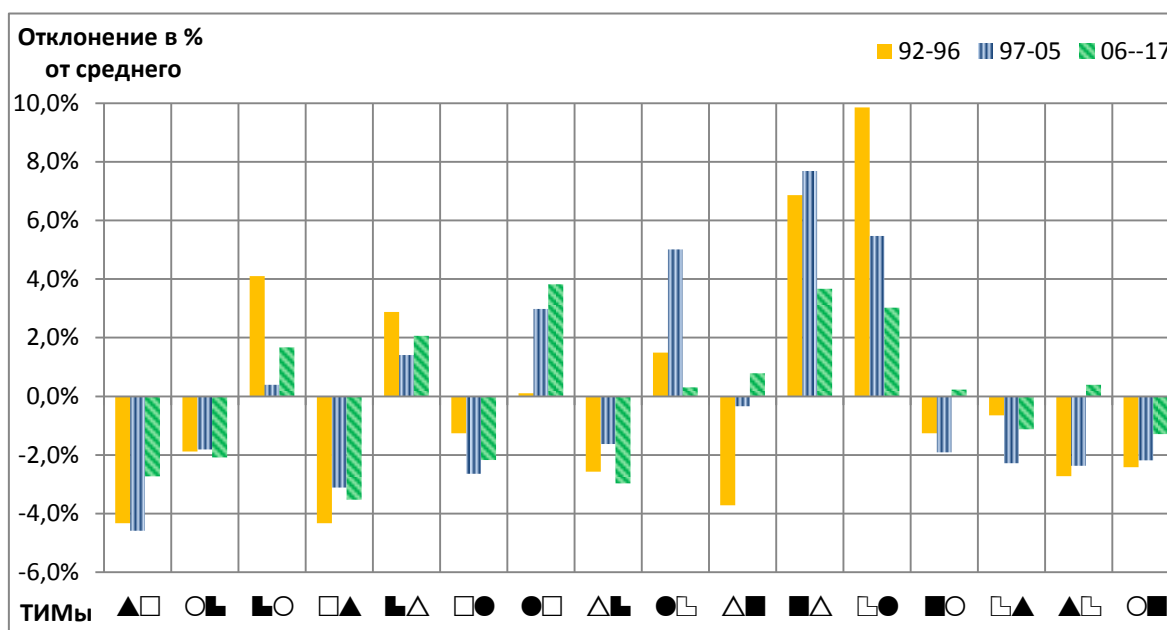


Мы специально объединили данные за 1992–96 гг., 1997–2005 и 2006–2017 гг., чтобы получить примерно равные по количеству выборки. Видны определенные колебания численности типов в выборках, но ■△ (ЛИЭ) и □● (ЭСИ) дают пики во всех трех. Но в той сфере, в которой мы работаем, есть большая потребность именно в этих типах, и их там действительно много: в бизнесе и в управлении, в бухгалтерии и в учете, в добывающей промышленности и в строительстве.

По сравнению с предыдущей диаграммой, на этой три ряда данных более сходны между собой. Сказывается увеличение размеров выборки и то, что каждая из этих выборок получена в более разнородных условиях, нежели те, что представлены на диаграмме выше.

Легко видеть, что некоторые типы (ЭСИ, например) в некоторых выборках (за 92-96 год у нас) дают явные пики численности (16% в данном случае), а другие типы – глубокие минимумы (ИЛЭ в нашей выборке за 97–05 гг. — примерно 1,6%). И чтобы найти ▲□ (ИЛЭ) или □▲ (ЛИИ) нам нужно было посетить такие организации, как Научный центр Надымгазпрома, отдел АСУ, конструкторские бюро, топартию и т.д. Но, видя такую явно неравномерную картину распределения типов в выборке, мы продолжаем говорить о равномерном распределении типов в социуме. Потому что, чтобы найти «недостающие» типы, нам следовало бы посетить другие зоны, и мы даже знаем, какие именно.

Эти данные и диаграммы таковы, что переход от абсолютных величин к процентам не увеличивает наглядности. Для сравнительного анализа нам кажется более наглядным изображение тех же данных как отклонений наличного количества типов от ожидаемого их числа. Условный 0 в этой диаграмме — 6,25% — то количество представителей одного ТИМа, которое можно было бы ожидать при равномерном распределении. Смотрите сами:



Тут мы четко видим, что во всех трех выборках типов ■△ (ЛИЭ) и □● (ЭСИ) существенно больше среднего, а ▲□ (ИЛЭ) и □▲ (ЛИИ) — меньше. А вот численность типа △■ (ИЛИ), бывшего в явном «минусе» в 92–96 гг., подтянулась к среднему, а затем и немного превысила его. Но, как вы видите, для каждого отдельного типа отклонения от среднего не дотягивают до 10%. То есть на больших выборках разброс значений укладывается в уже многократно виденные нами у коллег 2–14%, за исключением □● (ЭСИ) в 92–96 гг., к чему мы еще вернемся.

Могли бы мы считать, что эти три выборки демонстрируют изменения в процентном соотношении типов в социуме, происходящие за десятилетия? Никоим образом! Это три разные истории, данные разных мест и разных коллективов, произвольным образом собранные вместе.



А что можно сказать о значительном «перевесе» диады ■△ (ЛИЭ) и ▢● (ЭСИ)? Только то, что среди управленческого состава предприятий, компаний и фирм коммерческого сектора эти типы очень востребованы. Потому что нельзя забывать, что за цифрами и столбиками диаграмм – реальные люди, занимающие вполне определенные должности в конкретных фирмах. Это диада первопроходцев, людей, которые любят трудности, знают себе цену и активно ищут место применения своих сил. Их много не только на Крайнем Севере, где мы работали в 1992–97 гг., но и в быстро развивающихся отраслях бизнеса.

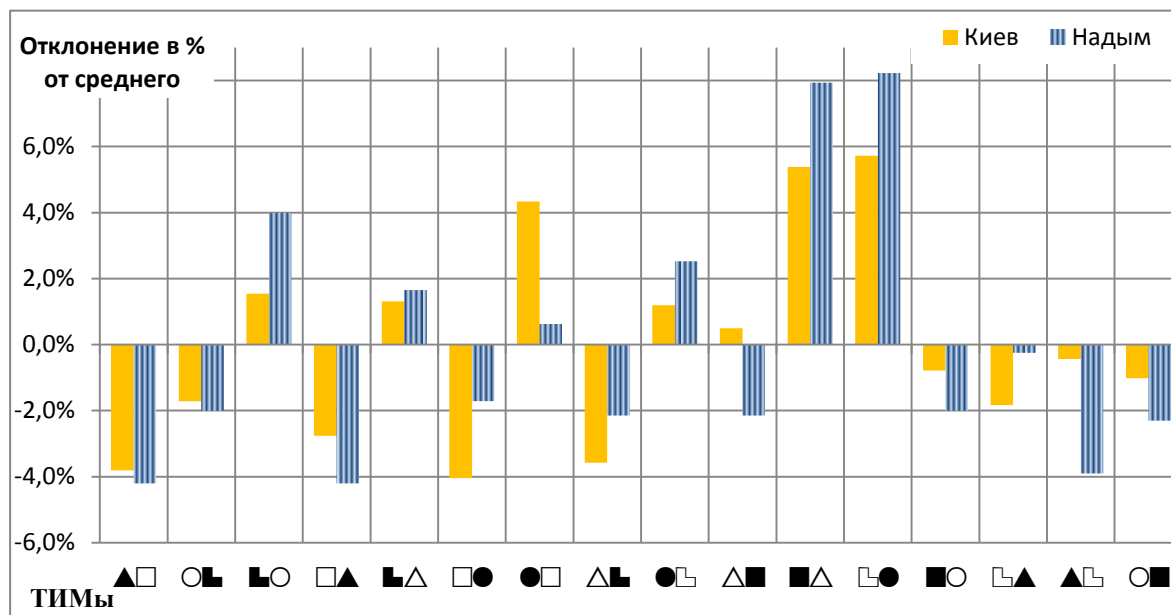
Небольшое отступление к вопросу, где может «прятаться» отдельный тип. Например, где может найти себе место первая квадра в армии. В 2002 году у нас был опыт посещения центра космической связи в Евпатории. Это армейское подразделение, но тесно связанное с передовой наукой и технологиями. Каково же было наше радостное удивление, когда начальником комплекса оказался ▢○ (ЭСЭ), его заместителем — ○▢ (СЭИ), главным техническим экспертом — ▢▲ (ЛИИ). Это пример того, что такие ниши есть, и соционик в состоянии сформулировать аспектную структуру ситуации, подходящей для того или иного типа, проанализировать, где эти информационные аспекты могут быть востребованы, пойти туда и проверить, «живут» ли там недостающие типы или нет.

### Региональные особенности... Да есть ли они на самом деле?

Наши данные собраны не только в разное время, но и в разных географических регионах. Из наших данных можно выделить выборки, которые хорошо рассматривать попарно из-за похожих объемов и похожих условий:

- «Киев» (860 чел.) и «Надым» (684 чел.) — два города, в которых мы подолгу работали в компаниях разных сфер деятельности;
- «Юг РФ» (сотрудники одной торговой сети в Южном федеральном округе РФ — 112 чел.) и «Германия» (клиенты ассесмент-центра — 104 чел.).

Первую пару рассмотрим как пример региональных различий, как пример двух наборов данных, собранных в разных географических регионах, но очень похожих по социальной, профессиональной и культурной картине, а вторую пару рассмотрим в качестве примера этно-государственных различий.



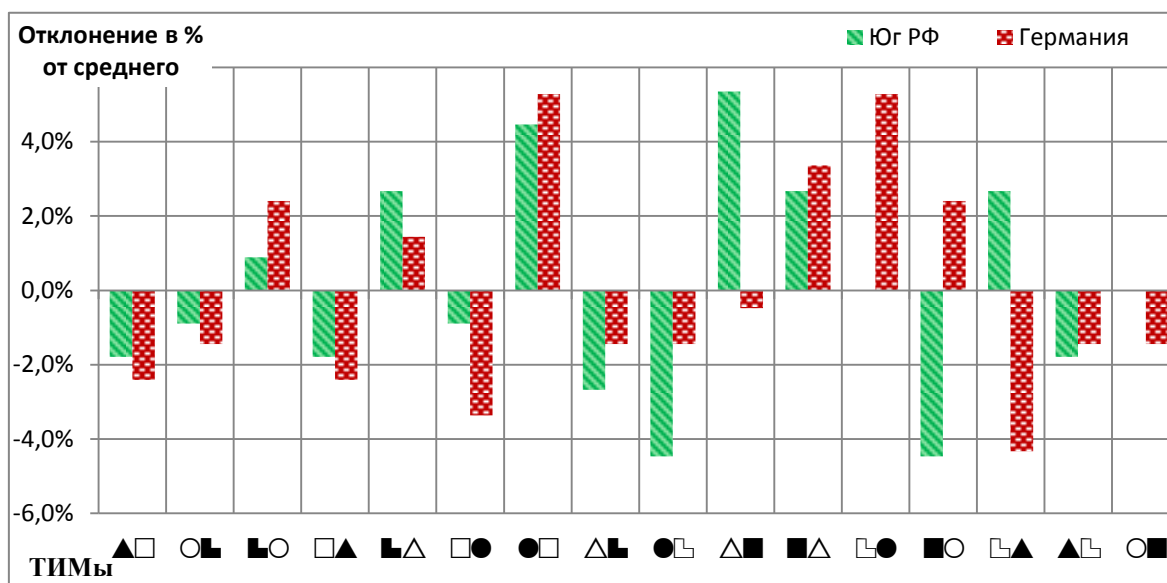
Условный 0 в этой диаграмме — 6,25% — то количество представителей одного ТИМа, которое можно было бы ожидать при равномерном распределении.

Сравним распределения ТИМов в выборках «Киев» и «Надым». Некоторые региональные различия видны, особенно для типов ●▢ (СЛЭ) (он входит «в тройку лидеров» в Киеве и близок к среднему в Надыме) и ▢○ (ЭСЭ) (с этим типом ситуация обратная: он на

3-м месте в Надыме, но приближается к среднему по Киеву). Однако в целом картины очень схожи: лидируют ■△ (ЛИЭ) и □● (ЭСИ), в «аутсайдерах» ▲□ (ИЛЭ) и □▲ (ЛИИ).

О чем это говорит? О том, что нет региональных различий, несмотря на тысячекилометровые расстояния? Или все же о том, что мы и в Киеве, и в Надыме работаем все с одной и той же сферой управления в бизнесе. Будь это производство, добыча или строительство, все равно сегодня эти области деятельности функционируют по бизнес-моделям, а потому в их управленческих командах востребованы примерно одни и те же типы, да и играют они в своих коллективах одни и те же роли. Вот если бы мы типировали научные коллективы или органы государственного управления, вполне возможно, что тогда получили бы другие диаграммы. А так региональные различия оказываются менее значимы, нежели сфера деятельности.

Посмотрим теперь на вторую пару.



Заметную разницу мы можем увидеть только для типа △■ (ИЛИ): в немецкой выборке их чуть меньше среднего, а в российской значительно больше, больше всех. А также ТИМы ■○ (ЛСЭ) и □▲ (ЭИИ) демонстрируют прямо противоположное поведение: ■○ очень мало на «Юге РФ», зато довольно много в «Германии». Неужели мы нашли этнорегиональные различия? Вовсе нет. Эти особенности снова продиктованы историей данных. В управлении той большой торговой сети на Юге РФ, с которой мы работали, действительно много △■ (ИЛИ) на должностях финансовых аналитиков, экономистов и специалистов по планированию бизнес-процессов, не говоря даже об IT-персонале. В головном офисе специальный отдел, планирующий развитие всей сети. Такова была аспектная структура ситуации, которую решали хорошо подобранные кадры.

Типы □● (ЭСИ) и ○■ (СЛИ) в этой выборке не исчезли, их ровно по 6,25%.

С другой стороны, пока собиралась выборка «Германия», мы убедились, что среди управленческих кадров немецких компаний четко сформировано представление, каким должен быть управленец среднего звена. И если мы переложим это представление на язык соционики, то получим ТИМ ■○ (ЛСЭ). Они все об этом прекрасно осведомлены. И △■ (ИЭИ), и □▲ (ЭИИ), и ●□ (СЭЭ) хорошо знают, чего от них ждет работодатель, и с готовностью отвечают на тесты «как надо». Впрочем, в процессе ассессмента, в тех заданиях, которые им приходится решать, они все же проявляют свои собственные, в том числе – типные качества, что и позволяет точнее оценить их как работников. А соционика дает возможность дополнить эту оценку «текущего состояния» указанием на те черты или качества соционического типа, которые, может быть, еще не проявились в полной мере в профессиональной деятельности, но могут проявиться при соответствующей нагрузке.

Итак, и в этой ситуации конкретные условия сбора данных оказываются более значимы, нежели возможные региональные различия.

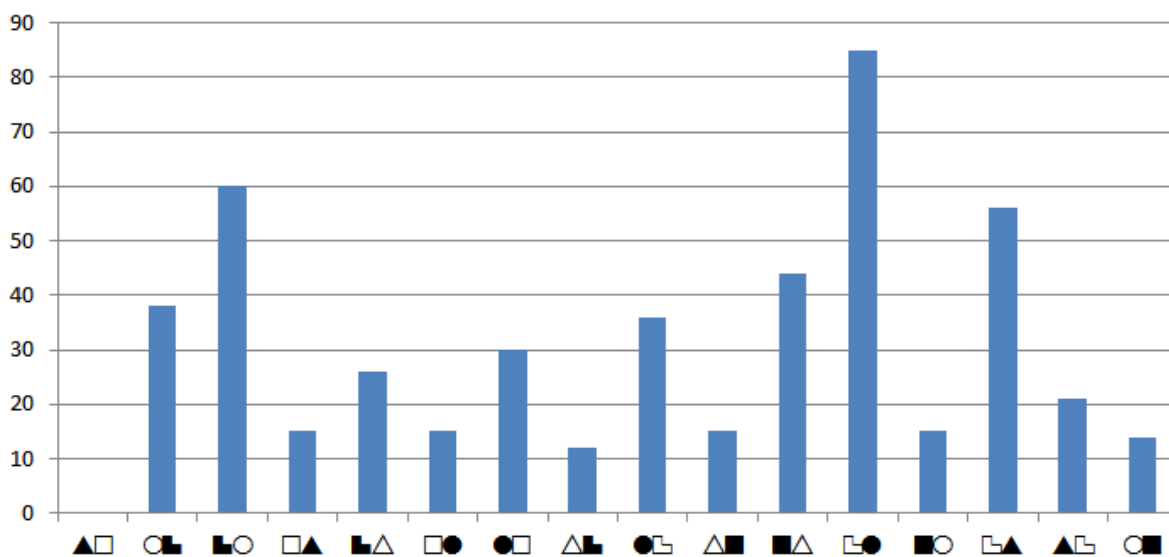
И еще подчеркнем: для выборки «Киев» значения лежат в интервале 2,2–12,0%, «Надым» — 2,0–14,5%, «Юг РФ» — 1,8–11,6%, «Германия» — 1,9–11,5%, то есть нигде не выходят за рамки данных, приведенных другими исследованиями, за исключением КЦС.

### Соционическая задача

Объем выборки 482 чел. На диаграмме указано количество людей каждого ТИМа. Где и как могло быть получено такое распределение типов?

Обратите внимание: больше всего ◻● (ЭСИ), далее ◻○ (ЭСЭ) и ◻▲ (ЭИИ), чуть меньше ◼△ (ЛИЭ) и ○◻ (СЭИ). ТИМ ▲◻ (ИЛЭ) вообще отсутствует.

Что это за люди, чем они занимаются?

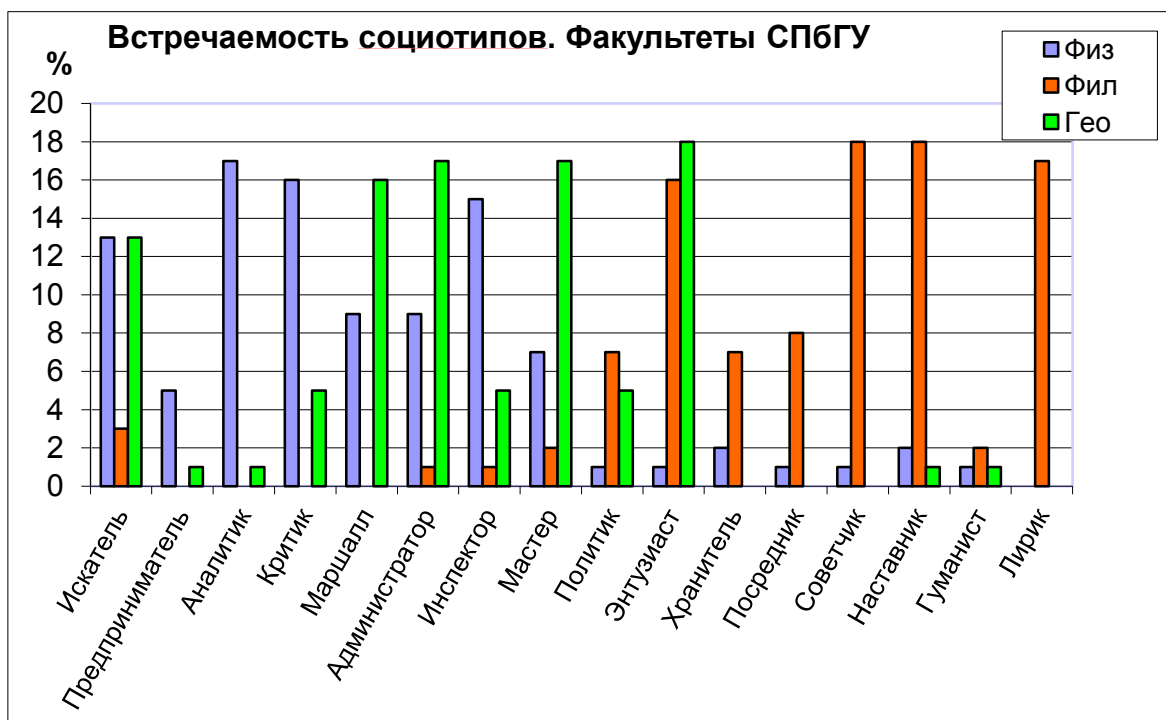


Правильный ответ: бухгалтерия. Это сотрудники финансово-бухгалтерских служб, в должности которых указано: «бухгалтер». И действительно, среднестатистическая бухгалтерия примерно так и выглядит. Значительный вклад части этой выборки (как сотрудников бухгалтерских служб подразделений Надымгазпрома и дочерних предприятий) и привел к чрезвычайному «всплеску» (16%) для типа ◻● (ЭСИ) в нашей выборке за 92–96 год. Не будь у нас заказа на соционическую экспертизу именно этих служб, не было бы и этого пика в данных. Подобные данные тоже очень интересны для анализа, но не «распределения в социуме», а, скажем, соционического портрета профессии.

По данным С.Л.Коваля (Санкт-Петербурга)

На 33-й Международной конференции по соционике, где мы докладывали эти результаты, своими данными поделился психолог и эксперт-криминалист С.Л. Коваль. На диаграмме на следующей странице представлено распределение по типам студентов 1–6 курсов Санкт-Петербургского университета — филологический, физический и геологический факультеты.

Очевидно, что на физическом факультете преобладают логики, а на филологическом — этики. Согласитесь, с точки зрения соционики было бы очень странно, если бы такая закономерность не проявила себя. Но если ограничиться физическим и геологическим факультетами, то этиков бы сильно не доставало. Эта диаграмма — прекрасная иллюстрация того, что типы в разных сферах деятельности распределены по-разному.



### Выводы

- ✓ Специфика данных, получаемых при соционическом типировании, налагает значительные ограничения на их экстраполяцию на другие выборки. По крайней мере, сегодня мы не можем сделать никаких определенных утверждений относительно распределения типов в социуме в целом, а также по странам и регионам. Можем только заметить, что есть места, где одних типов много, а других мало. Иногда мы можем предположить причины таких «перекосов» или представить, где можно «поискать недостающие типы».
- ✓ Имеющиеся на сегодня выборки соционических данных сильно обусловлены специфической информационной структурой деятельности и теми конкретными социальными и профессиональными условиями, в которых они собраны.
- ✓ Значительное преобладание (более 15%) одного-двух типов в выборке более 100 чел., которая получена, по мнению исследователя-соционика, случайным образом, ставит серьезные вопросы о качестве типирования.
- ✓ Гипотеза о равномерном распределении типов в социуме остается актуальной.
- ✓ Интегральный тип города, региона, страны не оказывает значительного влияния на распределение типов в выборке. Гораздо большее влияние оказывает профессионально-социальный кластер, в котором набраны данные. Этот кластер формируют профессия, род занятий, имущественное и социальное положение, образовательный и культурный уровень типизируемых.

### Л и т е р а т у р а :

1. Аугустинавичюте А. О дуальной природе человека // Соционика, ментология и психология личности. — 1996. — №№ 1–3.
2. Аугустинавичюте А. Социон. — М.: «Черная белка», 2008.
3. Букалов А.В. Достоверна ли американская статистика типов и интертипных отношений по тесту И.Майерс-Бриггс? // Соционика, ментология и психология личности. — 1996. — № 4. — С. 61–64.
4. Букалов А.В. Ментальность этносов: интегральная соционика и этносоционика // Соционика, ментология и психология личности. — 2011. — № 4. — С. 7–19.
5. Букалов А.В. Новые законы развития общества // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2010. — № 4. — С. 19–27.
6. Букалов А.В. Потенциал личности и загадки человеческих отношений. — М.: Черная белка, 2009. — 592 с.

7. Букалов А.В. Соционика - новый подход к пониманию человека и общества // Соционика, ментология и психология личности. — 1996. — № 1. — С. 2–5.
8. Букалов А.В. Соционика, типологии Юнга и Майерс-Бриггс: сходства и различия // Соционика, ментология и психология личности. — 1998. — № 4. — С. 24–32.
9. Букалов А.В. Чем отличается соционика от типологии Майерс-Бриггс // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2017. — № 1-2. — С. 43–45.
10. Букалов А.В., Карпенко О.Б. Квадровые группировки в управленческих коллективах // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2008. — № 3. — С. 7–9.
11. Букалов А.В., Карпенко О.Б. Методы практической соционики в эффективном менеджменте и кадровом консалтинге // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2017. — № 3-4. — С. 26–34.
12. Букалов А.В., Карпенко О.Б. Методы соционики в подготовке и комплектовании космических и авиационных экипажей // Авиакосмическая и экологическая медицина. - 2013. - Т. 47. - № 4. — С. 27–28.
13. Букалов А.В., Карпенко О.Б. Применение соционики в эффективном менеджменте // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2015. — № 3. — С. 5–16.
14. Букалов А.В., Карпенко О.Б. Психология и новейшее развитие соционики // «Человек. Искусство. Вселенная». — Сочи, 2016. — С. 56–62.
15. Букалов А.В., Карпенко О.Б. Соционика и менеджмент // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2013. — № 6. — С. 5–9.
16. Букалов А.В., Карпенко О.Б., Чижирисова Г.В. О распределении соционических типов в различных производственных коллективах // Соционика, ментология и психология личности. — 2000. — № 1. — С. 17–23.
17. Карпенко О.Б., Букалов А.В. Соционические методы создания коллективов, авиационных и космических экипажей с высокой степенью психологической и рабочей совместимости // «Человек. Искусство. Вселенная». — Сочи, 2016. — С. 387–392.
18. Карпенко О.Б., Букалов А.В. Соционические типы на различных уровнях управления // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. — 2013. — № 2. — С. 5–16.
19. Крымов М.Д., Кочук И.А. Соционика и МВТИ: сходства и различия // Психология и соционика межличностных отношений. — 2017. — № 1-2. — С. 5–13.
20. Процкий Т.С. Распространённость типов и квадрантов: статистика Калининградского центра соционики и выводы // Соционика, ментология и психология личности. — 2017. — № 5. — С. 16–24.
21. Юнг К.Г. Психологические типы. — СПб.:Азбука, 2001.
22. Boukalov A.V., Karpenko O.B. Socionics: the effective theory of the mental structure and the interpersonal relations forecasting // Conference “Psychology in the new Europe: methodology and funding”. — Krakov, Poland, 2005. — P. 28.
23. Boukalov A.V., Karpenko O.B., Chykyrysova G.V. Effective Management and Staff Consultation with the use of Socionics Technologies. // Conference “Psychology in the new Europe: methodology and funding”. Krakow, Poland, 2005. — P. 28.
24. <http://socionics.ru/science/science4/science3/2013-11-28-22-07-43>.
25. [http://www.terra-socionika.ru/statistics\\_13\\_02.shtml](http://www.terra-socionika.ru/statistics_13_02.shtml)
26. <https://www.capt.org/mbti-assessment/estimated-frequencies.htm?bhcp=1>

Статья поступила в редакцию 05.11.2017 г.