

HR-амплуа: драматургический код управленческой успешности



Усович Константин Иванович

Кандидат физико-математических наук,
преподаватель Управления по образованию
Минского райисполкома, г. Минск, Республика
Беларусь

e-mail: usovich174@mail.ru

Аннотация

В статье проводится анализ ключевых компонентов при составлении имиджологических портретов, получивших название HR-амплуа. Обосновывается ресурсность этих компонентов при формировании успешности менеджера и показана необходимость их учета в процедуре отбора персонала. В качестве базовой полагается имиджформирующая функция HR-амплуа, которая определяет их влияние на успешность. Приводится формула успешности, полагающая архетипичность в качестве неотъемлемого слагаемого. Делается вывод о возможности развития цифровизации при оценке персонала на основе использования понятия HR-амплуа, набор которых формирует драматургический код успешности.

Ключевые слова

• оценка персонала • имидж • HR • успешность • амплуа • драматургия •

Введение

Ресурсный подход в менеджменте устанавливает связь между ресурсами компании и ее успехом в конкурентной среде. При этом предприятие рассматривается как совокупность оригинальных ресурсов, с помощью которых завоевываются и укрепляются недоступные для конкурентов рыночные позиции. В качестве одного из системных ресурсов в концепции 5M¹ (manpower, machines, materials, measurements, methods) рассматриваются работники, обеспечивающие достижение целей компании. Высокий профессионализм и креативность специалистов, в том числе в области менеджмента, являются главными факторами ожидаемого успеха и развития бизнеса. Именно на успешных менеджерах охотятся прежде всего HR-службы, иногда переманивая сотрудников у конкурентов. Успешность менеджеров – залог успешности компании, а успешный менеджмент – это менеджмент, создающий конкурентные преимущества и признающий «важнейшую роль человеческого капитала в достижении конкурентного преимущества».²

Определив ключевые индикаторы успешности потенциального лидера, HR-специалист, а вместе с ним и руководитель, может формировать эффективные команды под заданный проект. Однако часто к индикаторам успешности относят признаки, которые по сути описывают собственно успех, подчеркивая зачастую его кратковременность. Например, значительное улучшение финансового положения компании в ходе работы – это следствие успешности менеджера процесса, и выгодно знать индикаторы этой успешности, коренящиеся в самом менеджере до итогового получения показателей. Индикатор существует априори, предшествует успеху, стабилен и инвариантен, т.е. работает также и в другом месте, и при иных обстоятельствах, а достигнутый здесь и сейчас успех становится не только слагаемым репутации, но и «перемещается» далее вместе со своим носителем – индикатором. Индикаторами не могут являться такие абстрактные и апостериорные качества как «умение мыслить эффективно», «умение добиваться результата», и элементарно присущие хорошему работнику «трудолюбие», «уверенность в себе», «дисциплина, самоконтроль» и проч. Не сильно помогает делу и понимание того, что «ведущая роль в достижении жизненной успешности принадлежит эмоциональному и социальному интеллекту, отражающему умение человека адекватно действовать в системе межличностных отношений» [7, с.43].

В тени, во-первых, при таком упрощенном подходе остается главный вопрос: за счет чего успешный человек быстро добивается своих целей, в том числе и тех, которых другие люди не могут достичь, либо вообще их не видят. Во-вторых, рекомендуемые некоторыми западными учебниками признаки типа приведенных выше не только не гарантируют успеха, но и часто мешают, т.к. программируют стереотипное, а значит, распространенное и не обязательно эффективное поведение. Налицо – отсутствие научных критериев потенциальной успешности кандидата, особенно в условиях недостатка информации о его достижениях. Успех, который уже состоялся, имеет «много отцов» и еще больше эпигонов.

В качестве индикаторов прогнозируемой успешности сотрудника в настоящей работе предлагаются HR-амплуа. Это формирующие компоненты имиджа, имеющие ценностное значение в социуме и выполняющие ролевые функции. Определяя их как индикаторы успешности, мы в то же время подчеркиваем их ресурсность как для работника, так и для руководителя, используя для этого общепринятый термин HR (humanity resources). Выбор термина «амплуа» также не случаен, так как, во-первых, оно обозначает реальное позиционирование

¹ Масаки И. Гемба кайдзен: Путь к снижению затрат и повышению качества. М., Альпина Бизнес Букс, 2005. 346 с. С.64.

² Армстронг Майкл. Главный учебник HR в мире. М.: Издательство «Эксмо», 2022. 384 с. С.95.

субъекта в мире статусов и ролей, которое в широком смысле может трактоваться и как личностное предназначение, обычно не осознаваемое. Во-вторых, используемая нами модель относится к области социальной драматургии [5], и соответствующая терминология уместна, и в-третьих, в похожем смысле понятие амплуа использовалось ранее в имиджологии при классификации имиджей [6]. Имиджи по сути являются образами социальной роли как способа адаптации в социуме, без которой успешность невозможна или нестабильна. «Критерий правды воображения связан со способностью образа сублимировать, т.е. возвышать человека и воплощаться, преображая действительность» [4, с. 349]. А возвышение (вершина) – ключевое понятие акмеологии.

Задействовав на практике качество работника, выявленное как индикатор успеха, мы не только приближаем результат, но и сигнализируем окружению о наличии нового статуса. Например, такое амплуа как «Рупор», означающее роль выразителя насущной задачи некоего сообщества, на первый взгляд очень подходит для успешной журналистской деятельности. Но данное амплуа будет также эффективным и для полководца, которому необходимо в критический момент сражения сформулировать общую задачу, приводящую к победе. Таким образом HR-амплуа не жестко привязано к профессии. Поэтому речь в настоящей статье идет не только о поиске новых глубинных механизмов высших достижений, но и о правильной расстановке приоритетов среди способов уже известных.

Новая формула успешности

Успех лишь выглядит случайным, на самом же деле стабильная успешность является эффективным сочетанием уникальности и архетипичности, в котором, как правило, наблюдателями осознается только уникальность. «Я (он) успешен, потому что удачлив (или гениален)» - такова распространенная формула. Неосознаваемая же архетипичность не рассматривается как фактор успешности в основном из-за отсутствия надежных моделей. Множество существующих типологий личности просто не включают потенциальную успешность в сети своих классификаций, и поэтому в поисках успешности некоторые управленцы сталкиваются с трудностями. Архетипическое обоснование признается важной составляющей акмеологического проектирования, поскольку «коллективное бессознательное обладает “способностью производить деятельностное сознание”, специфические мыслеформы, которые образуют систему из образов, символов и фантазий, недоступную в целостности индивидуальному сознанию» [3, с. 189]. На важную роль типичности в психологии целостной индивидуальности указывала Т. Ф. Базылевич: «Индивидуальность (от лат. *individuum* – неделимое, особь) – неповторимость, уникальность и – вместе с тем типичное своеобразие системы свойств и качеств организма, индивида и личности, наиболее полно проявляющееся в поведении и деятельности» [1, с. 280]. В настоящей статье мы обращаем внимание на вклад именно архетипических факторов в формирование успешности – к числу этих факторов и относятся HR-амплуа.

Архетипичность предполагает знакомство широких аудиторий с важностью данного HR-амплуа, принятием его на уровне бессознательного и сознательным одобрением его как признанного способа адаптации в социуме. Этот факт избавляет личность от возможных «детских» страхов трансляции амплуа в социум («комплекс Ионы»). Амплуа в отличие от цельного образа окружением воспринимается, как правило, нейтрально, но при явном акцентировании может привести к возникновению в общественном мнении «ярлыка». В первую очередь амплуа должно созреть внутри личности, внешние же его проявления не должны «зашкаливать» и выходить за рамки социально одобряемых норм. Амплуа — это не только привычный способ адаптации и деятельности в социуме, но и в

определенном смысле деятельность, в которой она видит основную сферу своего самовыражения. Поэтому собранные в определенном порядке HR-амплуа формируют цельный образ личности, который обычно моделируется в понятии «имидж», оказывая суггестивное влияние на аудиторию. Глубинный имидж можно рассматривать как набор ресурсных (HR) амплуа, комбинированных друг с другом по определенным правилам. Отклонение от правил, т.е. произвольный порядок заимствованных амплуа, может быть использован только для кратковременного пиара. Даже на одном амплуа можно создать позитивный имидж. Ведь имидж в системах коммуникации первоначально функционирует именно как обособленное HR-амплуа. Однако для глубинных, а значит более стабильных отношений важно именно «быть, а не казаться». Поэтому в совместной деятельности особый интерес приобретает «образ партнера по общению, от точности которого зависит успех совместной деятельности».³

С учетом сказанного, амплуа могут рассматриваться как узловые моменты для управленческого манипулирования, режиссирования событий и исследования эффективности личности, и в этом смысле они похожи на компетенции. В самом деле, они состоят из «моделей поведения, ценностных установок, мотивации, предпочтений, т.е. тех характеристик, которые сложно или невозможно быстро изменить».⁴ Во-первых, ресурсные амплуа – это маркеры именно успеха, а не вида деятельности, которая может внешне сильно различаться для одного и того же амплуа. Во-вторых, HR-амплуа моделирует прежде всего призвание, а компетенция – ремесло, поэтому прямой связи между HR-амплуа и компетенциями нет. По сути ими моделируется призвание, понимаемое как склонность к определенной профессии. «Выполнение своего призвания не может быть на среднем уровне, без вдохновения, будь то выпечка круассанов или написание музыки. Человек, реализующий свое истинное призвание, всегда счастлив. А счастливый человек, человек «на своем месте», максимально хорошо выполняет свою социальную миссию, заражая своим оптимизмом и настроением других» [2, с. 60].

Собравшись как звезды в созвездия, амплуа формируют цельный образ (глубинный имидж), который и обозначает итоговое предназначение сотрудника. Успешная личность – это набор ресурсных амплуа, собранных в имидж и помноженных на уникальность.

Хорошо осознанная цель становится ценностной ориентацией и превращается в необходимость. Правильная комбинация ценностей отражается в реализации личностью той последовательности HR-амплуа, которая оказывает максимальное влияние на социум и приводит к успеху. «Можно говорить о том, что в структуре имиджа ценности предстают в качестве внутреннего каркаса всей структуры» [8, с. 81]. Воспитание у личности целей и выработка их самой личностью создает иерархически выстроенное сознание, представляющее собой естественный фильтр для информационных потоков, идущих как внутрь, так и вовне личности. Отсутствие иерархии ведет к спутанности ролей, которую правильно понимать как конкуренцию ресурсных амплуа. Каждое HR-амплуа «сигнализирует» об определенной линейке образов, поэтому частая смена амплуа говорит о неопределенности в приоритетах между призваниями, о рассогласованности ценностей и об отсутствии цельной личности. Ресурсными амплуа становятся, когда работают «в одной упряжке» и подчинены иерархии.

HR-амплуа не сугубо психологическое понятие, а скорее социально-антропологическое, поскольку восходит к глубинным, корневым содержаниям бессознательного, имея там свой прообраз. HR-амплуа могут закрепляться в качестве цивилизационных кодов в коллективной памяти конкретной нации. Имидж ведет за собой глубинно избранную или найденную с помощью специалистов

³ Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2001.. 290 с. С.90.

⁴ Иванова С. Оценка компетенций методом интервью. Универсальное руководство. М.: Альпина Паблишер, 2024. 155 с. С.80.

стратегию успешности, связанную с определенными ролями, подкрепленными ресурсными содержаниями психики и обобщенными в понятии HR-амплуа. Действительно в структуре персонального имиджа можно увидеть «имиджевые константы, которые обладают способностью мотивировать, накладывать (соединять) бессознательные образы с реальным объектом, формировать установки, обеспечивать избирательность восприятия и направленность действия, что позволяет формировать образ-представление, в котором все элементы структурированы и соотнесены с ценностями данной культуры» [8, с. 80].

HR-амплуа – это рубрикатор (ключевое слово) для обозначения совокупности характеристик, объединенных общей направленностью в ожидаемое будущее, и часто находящих реальное воплощение в виде социальной или профессиональной роли персонажа, а также значимого для него сюжета. Драматургия по сути и устанавливает связь образа и сюжета.

В результате подражания человеческие качества выдающейся персоны становятся популярными и привлекают внимание сначала биографов, а затем и специалистов, например, имиджеологов, устанавливающих имиджформирующие факторы, психологов, изучающих черты личности, а затем уже и «юношей, обдумывающих житьё». В мировоззренческом смысле HR-амплуа – это вечное в нас, необходимое для успешного преобразования мира.

Собственное представление о себе может как способствовать, так и препятствовать нашему движению к успеху. Поэтому важно стереть принятые в отношении себя в прошлом «негативные или ограничивающие решения, чтобы они больше не оказывали на вашу жизнь подсознательного влияния».⁵ Подобные решения часто оказываются привнесенными извне, навязанными, заимствованными и чуждыми личной глубинной образности. Чужое принимается за «часть себя», в ущерб подлинной «части себя», которой и являются HR-амплуа. Нахождение в чуждом образе не может приводить к стабильному успеху из-за отсутствия глубинной подпитки личности, собственно и обеспечивающую их ресурсность. Исключение составляют лишь специальные «имитационные» имиджи. Чтобы отсеять все лишнее, необходимо знать набор своих ресурсных амплуа.

Часто человек не знает свои ресурсные амплуа, но он всегда вынужден их бессознательно задействовать, так как в трудных ситуациях они срабатывают рефлексивно, автоматически. Те же, кто могут распознать чужие амплуа, начинают их эксплуатировать в своих интересах, манипулировать. Зная свои HR-амплуа, мы становимся подлинными менеджерами собственной судьбы, а не просто марионетками в руках внешних сил или еще не открытых законов.

Заключение

HR-амплуа формируют драматургический код образа, двигаясь по следующей схеме: «единое – дискретное – непрерывное» подобно тому, как структурирован и иерархизирован неоплатонический космос (Единое – Ум – Душа – телесный мир). Мы в итоге переходим от первичного описания успешности менеджера на языке образов, как правило, принадлежащих корневой мифологии региона к описанию на языке амплуа. И далее при анализе амплуа следует применять структурно-антропологический подход. Здесь предложена рабочая гипотеза, из чего построены драматургические коды образов, подкрепляющие успешность конкретных выдающихся личностей. Таким образом, изучение успешного образа (имиджа) разбивается на три последовательных этапа, различающихся глубиной анализа.

1. Имагографический подход, когда образ распознается как целое, отождест-

⁵ Бакштанский В.Л., Жданов О.И. Менеджмент жизни: стратегия личностной эффективности. М.: Беловодье, 2018. 464 с. С.116.

вляясь с наиболее близким образом корневой мифологии, при этом составляется его описание (имагограмма) в терминах гуманитарных дисциплин (подробное изложение подхода приводится в [9]).

2. Драматургический подход, когда экспертом устанавливается драматургический код образа.

3. Структурно-антропологический подход. Допускает более подробную формализацию описания, математическое моделирование и цифровизацию образа.

Управление персоналом является режиссурой со своей HR-драматургией, по правилам которой ампула складывается в успешный образ управленца. При этом типологический подход как методологический принцип никто не отменял. Ресурсные ампулы позволяют построить новую типологию управленческих образов [10] как закономерный итог применения перечисленных подходов.

Список литературы:

1. Базылевич Т.Ф. Психология высших достижений личности (психоакмеология). М.: Научно-издательский центр ИНФРА-М, 2016. 330 с.
2. Гавра Д.П., Байер Ю.П. Креативный социальный потенциал цифрового общества // Управленческое консультирование. 2021. № 10. С. 54-61.
3. Гагин Ю.А. От личности к индивидуальности: акмеологическая парадигма. СПб.: СПб АППО, 2003. 312 с.
4. Гостев А.А. Психология вторичного образа. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. 512 с.
5. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304 с.
6. Доценко Е.Л. Глубинное имиджирование // Имиджология-2004: состояние, направления, проблемы: Материалы Второго международного симпозиума по имиджологии. М.: РИЦ АИМ, 2004. С. 78-80.
7. Рикель А.М. Некоторые аспекты социально-психологической проблематики успеха // Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология. 2012. № 1. С. 41-48.
8. Симонова И.Ф. Структура персонального имиджа: социально-педагогический аспект // Наука в современном мире. Иркутск. 2016. С. 78-81.
9. Усович К.И. Портретология имиджа и HR-драматургия. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2012. 216 с.
10. Усович К.И. Старые и новые методы оценки персонала // Управление развитием персонала. 2008. № 1. С. 24-31.

HR-amplua: the drama code of managerial success

Usovich Konstantin Ivanovich

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, teacher of Department of Education of the Minsk Regional Executive Committee; Minsk, Republic of Belarus
e-mail: usovich174@mail.ru

Abstract

The article analyzes the key components in compiling image portraits and are called HR-amplua. The resourcefulness of these components in the formation of manager's success is substantiated and the necessity of their consideration in the procedure of personnel selection is shown. The image-forming function of HR-amplua, which determines their influence on success, is considered as the basic one. The formula of success is given, which assumes archetype as an integral component. It is concluded that it is possible to develop digitalization in personnel assessment on the basis of using the concept of HR-amplua, the set of which forms the dramaturgical code of success.

Key words

• personnel assessment • image • HR • success • amplua • dramaturgy •

References

1. Bazylevich Psychology of the highest achievements of personality (psychoacmeology). M.: Scientific Publishing Center INFRA-M, 2016. 330 p.
2. Gavra D. P., Bayer Ju. P. Creative Social Potential of Digital Society // Administrative consulting. 2021. N 10. P. 54-61.
3. Gagin Yu. A. From personality to individuality: an acmeological paradigm. St. Petersburg: SPb APPO, 2003. 312 p.
4. Gostev A. A. Psychology of the secondary image. M.: Publishing house «Institute of Psychology RAS», 2007. 512 p.
5. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. M.: «KANON-press-C», «Kuchkovo Pole» 2000. 304 p.
6. Dotsenko E.L. Depth image//Imageology-2004: State, directions, problems. M.: RIC AIM, 2004. P. 78-80.
7. Rikel A.M. Some aspects of the socio-psychological problems of success // Bulletin of the Moscow University. Series 14. Psychology. 2012. N 1. P. 41-48.
8. Simonova I. F. The structure of the Personal Image: Social and Pedagogical Aspect // Science in the Modern World. Irkutsk. 2016. P. 78-81.
9. Usovich K.I. Portraitology of Image and HR dramaturgy. St. Petersburg: St. Petersburg State University Publishing House, 2012. 216 p.
10. Usovich K.I. Old and new methods of personnel assessment // Personnel development management. 2008. N 1. P. 24-31.

Поступила в редакцию: 01.05.2024

Принята в печать: 08.08.2024