

На правах рукописи

Цукерман Григорий Владимирович

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ТЕАТРОВ: КОНФЛИКТ И
СОГЛАСИЕ КАК ОСНОВАНИЯ, АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И
ТИПЫ ПРЕДСТАВЛЕННОСТИ**

24.00.01 – теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Челябинск – 2018

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный институт культуры»

Научный руководитель: **Зубанова Людмила Борисовна**, доктор культурологии, профессор, профессор кафедры культурологии и социологии ФГБОУ ВО «Челябинский государственный институт культуры»

Официальные оппоненты: **Бирженюк Григорий Михайлович**, доктор культурологии, профессор, заведующий кафедрой социально-культурных технологий НОУ ВПО «Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов»

Соломко Дмитрий Витальевич, кандидат философских наук, доцент кафедры философии ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

Ведущая организация: ФГБНИУ «Государственный институт искусствознания»

Защита состоится 20 декабря 2018 г. в ____ часов на заседании диссертационного совета Д 210.020.01, созданного на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Челябинский государственный институт культуры» по адресу: 454091, г. Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а, 1 корпус, ауд. 206 (конференц-зал).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на официальном сайте Челябинского государственного института культуры (<http://chgik.ru/>).

Автореферат разослан «_____» _____ 201__ г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат культурологии, доцент



Тарасова Юлия Борисовна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

Проблематика корпоративности нередко трактуется в узкопрагматическом ключе, по сути, сводя корпоративную философию к тому, что Ж. Делез обозначал «обществом контроля», рассчитанным на поддержание «вечной метастабильности», отождествлением которой и может выступать слаженный механизм корпораций. Не оспаривая справедливости подобного прочтения, стоит, тем не менее, указать на смысловую многозначность трактовки корпоративности, а, следовательно, и на содержательное разнообразие воззрений и подходов к интерпретации данного феномена. Так, сквозь «призму» корпоративного начала могут быть рассмотрены любые формы коллективизма и общности: от глобальных идей «философии общего дела» до сугубо локальных манифестов субкультурных групп и профессиональных сообществ. В любом случае, идеология сплочения, консолидации, объединения – во все времена наделялась созидательно-действенным началом, органично встроенным в систему мировосприятия человека, обеспечивала интеграцию и цельность социокультурного организма. Соотнесение индивидуального «Я» с коллективом, нахождение оснований для признания себя членом того или иного профессионального сообщества – является привычным механизмом самоидентификации человека. Общая тенденция развития этого процесса в современности видится в постепенном усилении влияния профессиональной социальной организации, что отражает доминирование социально-профессиональной солидарности в сообществах нашего времени.

В настоящем исследовании феномен корпоративности рассматривается с позиций профессионального самоопределения и ориентации на корпоративную культуру организаций и социальных институтов, с последующим акцентированием внимания на специфике художественной деятельности.

Традиционно именно сфера художественной культуры (особенно, в подсистеме художественного производства) рассматривается в явном противопоставлении идеологии корпоративности: в силу сложившегося представления о «художнике-одиночке», принципиальной самобытности и индивидуальной выраженности творческого начала.

На наш взгляд, указанные характеристики, даже если и принять их наличие как безусловное, свидетельствуют, скорее, не об отсутствии возможностей существования корпоративной культуры в художественной сфере, но именно о специфическом характере ее функционирования, который и может быть осмыслен в ракурсе культурологического прочтения.

Наиболее наглядным иллюстративным примером здесь может выступать именно театр – в силу коллективной природы деятельности, разнообразия ролевых и статусных позиций внутри театрального коллектива, соединения публичного (сцена) и частного (закулисы) начал, выхода на широкие аудитории, особого склада психологического взаимодействия между различными субъектами театральной культуры.

Степень научной разработанности темы. Феномен корпоративности как тип связи, формируемый на основе различных оснований консолидации, раскрывается в диссертации в соединении «конфликт – согласие», что предопределило обращение к основным концепциям классиков западной конфликтологической мысли (Р. Дарендорф, Г. Зиммель, Л. Козер); традициям отечественной конфликтологии (В. И. Андреев, А. Я. Анцупов, Г. М. Бирженюк, Е. В. Буртова, О. Н. Громова, А. В. Дмитриев, В. И. Журавлев, Ю. Г. Запрудский, А. Г. Здравомыслов, В. П. Шейнов и другие) с содержащимися в них положениями о понятии конфликта, типах, причинах возникновения и предупреждения конфликтных ситуаций, рекомендациями по управлению конфликтами. Указанные работы выступили для диссертанта основой осмысления функциональной природы конфликтов, способствовали обоснованию специфического преломления конфликта и согласия в контексте художественной деятельности.

Отдельного изучения потребовали в диссертации работы классиков социально-философской мысли, направленные на анализ процессов интеграции и отдельных форм консолидации социальных групп: З. Баумана, Э. Дюркгейма, Э. Гидденса, Р. Мертона, Т. Парсонса, П. А. Сорокина, Э. Фромма и других. При осмыслении проблематики корпоративности в указанном ракурсе диссертантом учитывались идеи русской философской мысли и философии русского космизма, подходы к пониманию категории «соборность»: К. С. Аксакова, Н. А. Бердяева, Ф. М. Достоевского, И. А. Ильина, И. В. Киреевского, А. Ф. Лосева, Н. О. Лосского, В. С. Соловьёва, С. Л. Франка, А. С. Хомякова; основоположников евразийства: Г. В. Вернадского, Л. П. Карсавина, П. Н. Савицкого, П. П. Сувчинского, Н. С. Трубецкого, Г. В. Флоровского. Трансформации «русской идеи» в XX столетии явились предметом изучения современных отечественных исследователей (В. С. Библер, А. В. Гулыга, В. К. Кантор, В. Мильдон, С. С. Хоружий и другие). Значимыми стали для диссертанта различные аспекты проблематики социальной солидарности, раскрытые в работах А. Б. Гофмана, О. А. Кармадонова, С. А. Кравченко, Ж. Т. Тощенко с содержащимися в них вариантами систематизации функциональных значений солидарности и интеграции в различных типах социальных систем.

Вместе с тем феномен объединения, будучи осмыслен сам по себе как внутренняя целостность и взаимосвязь явлений, не дает точного понимания специфики корпоративной культуры как самостоятельного образования и особой формы консолидации. Именно поэтому определяющим направлением в анализе источников стало изучение содержательного наполнения концепта «корпоративная культура» (авторство термина приписывается военному теоретику XIX века Х. К. Мольтке).

В диссертации осмыслились положения и подходы к трактовке корпоративной культуры, нашедшие отражение в многообразии современных исследовательских версий: паттерны коллективных базовых представлений сотрудников организации (Э. Шейн); программирование мышления членов

корпорации (Г. Хофстеде); совокупность убеждений, ценностей и норм поведения в коллективе (М. Армстронг); система общеразделяемых правил функционирования предприятия (Д. Мацумото); бессознательные установки нормативно-ценностной природы (В. Сате), латентные и неформальные структуры сознания (К. Шольц); символы, ритуалы, мифы организации (У. Оучи) и другие.

Поскольку в русле западной традиции феноменологического истолкования корпоративной культуры данная категория выступает объединяющей в отношении рядоположенных конструкций («corporate culture», «organization culture», «corporate identity»), – в диссертации учитывались взгляды российских исследователей, сосредоточивших внимание на сопоставлении организационной и корпоративной культур: О. А. Блинова, О. В. Василевской, А. В. Карпова, Р. Л. Кричевского, В. А. Спивака, Т. О. Соломанидиной, В. В. Томиловой и других. Диссертант придерживался позиции Е. А. Гридиной и К. Голда, отмечающих произвольность использования понятий корпоративной и организационной культуры как эквивалентных и синонимичных, видящих особенности корпоративной культуры как уникальной характеристики воспринимаемых особенностей организации, отличающих ее от иных структур.

Диссертантом исследовались традиционные истолкования корпоративной культуры в подходах ряда западных (Р. Акофф, М. Бурке, К. Камерон, Р. Куинн, Т. Питерс, Л. Розенштиль, Ф. Тромпенаарс, С. Ханди, Э. Шейн) и отечественных авторов (В. В. Астапов, А. Н. Асаул, М. А. Асаул, М. Ю. Белоусова, О. С. Виханский, Е. А. Вишнякова, И. В. Грошев, П. Ю. Ерофеев, П. В. Забелин, В. А. Князева, В. И. Куликов, М. И. Магура, И. И. Мазур, Н. Н. Могутнова, Н. К. Моисеева, А. И. Наумова, М. А. Павлова, Т. К. Персикова, Е. И. Сарибекян, Ю. Г. Семенов, В. А. Спивак, В. Т. Шипунов, В. В. Щербина). Феномен корпоративности в преломлении к функционированию отдельных институтов художественной культуры (библиотеки, музеи) был представлен в работах Я. В. Жуковой, Н. А. Левочкиной, Н. А. Тураниной.

Значимым аналитическим блоком, способствующим пониманию универсальных законов развития управленческих структур различных уровней, стали работы и концепции таких авторов, как: И. А. Богачек, Н. Г. Веселова, В. Р. Веснин, Б. Гейтс, М. Б. Готов, Р. Л. Дафт, П. Друкер, Д. Зонненфельд, Д. Коул, Т. Питерс, Дж. Сибрук, Н. Талей, Г. Л. Тульчинский, Р. Уотерман.

Концептуальные положения, отраженные в вышеназванных работах, позволили автору диссертации сопоставить ключевые определения корпоративной культуры, выявить общие подходы к ее интерпретации. Тем не менее, в представленных источниках, несмотря на полноту и фундаментальность анализа феномена корпоративности, не акцентируется внимание на особенностях функционирования корпоративной культуры в контексте художественной деятельности.

Исходя из этого, диссертант сосредоточил внимание на изучении художественного пространства и сферы культуры как поля непосредственного исследовательского интереса. Проработки в диссертации потребовали подходы современных отечественных культурологов, направленные на постижение общих закономерностей развития российской культуры: О. Н. Астафьевой, А. И. Арнольдова, С. Н. Артановского, Б. С. Ерасова, С. Н. Иконниковой, Л. Г. Ионина, В. М. Межуева, И. В. Кондакова, А. Ю. Согомонова, А. Я. Флиера.

В диссертации автором учитывались ключевые методологические трактовки культуры: как духовных процессов и состояний человека и видов его деятельности (Э. Соколов); как характеристика человека, меры его развития в качестве субъекта деятельности (В. Келле); как духовное измерение всякой деятельности, в котором формируются мотивы, принципы, правила, цели и смыслы деятельности, общий механизм социальной регуляции (Б. С. Ерасов); как совокупность параметров человеческого сознания и поведения, обеспечивающих коллективный характер жизнедеятельности людей (А. Я. Флиер).

Осмысление специфичности функционирования корпоративной культуры в контексте художественной деятельности, потребовало от диссертанта погружения в исследования, посвященные специфичности самой художественной культуры как самостоятельной сферы развития социума. Особый интерес представляли работы М. С. Кагана (выделяющего художественную культуру как самостоятельную подсистему культуры), подходы к разграничению понятий «искусство» и «художественная культура», отраженные в работах А. Н. Сохора, Л. Н. Когана, А. Я. Флиера, В. С. Цукермана; детализированные концепции строения художественной культуры (В. В. Журавлев, Ю. А. Лукин, Л. И. Михайлова и другие).

Изучение проблематики театральной аудитории отражено в исследовательских концепциях классиков отечественной социологии искусства (и, в частности, социологии театра): А. Н. Алексеева, Г. Г. Дадамяна, В. Н. Дмитриевского, Е. В. Дукова, Ю. В. Перова, Ю. У. Фохт-Бабушкина, Н. А. Хренова: в исследованиях современных авторов, фиксирующих тенденции функционирования театрального искусства России: Н. А. Дидковская, Д. А. Донова, М. Н. Егорова, А. В. Круковская, Э. В. Осипова, Е. В. Орлова, Д. В. Соломко, А. С. Точилкина, Д. В. Трубочкин, К. О. Чепеленко и другие.

Корпоративная культура театров исследовалась в диссертации в контексте общих закономерностей развития регионального российского пространства, изученного в работах Г. А. Аванесовой, Г. М. Бирженюка, Е. Я. Бурлиной, Ю. Р. Вишневого, Т. И. Ерохиной, Т. С. Злотниковой, И. Я. Мурзиной, Л. Г. Скульмовской, В. Т. Шапко; локальных особенностей развития художественной культуры Южного Урала, отраженных в теоретических и прикладных культурологических исследованиях А. В. Бетехтина, Г. Е. Гун, Л. Б. Зубановой, В. Я. Рушанина, Т. М. Синецкой, С. Б. Синецкого, С. С. Соковикова, В. С. Цукермана.

Тем не менее, несмотря на достаточное разнообразие концепций и подходов, концентрирующих внимание на различных аспектах и ракурсах функционирования художественной деятельности (в том числе, в границах театральной культуры), нам не удалось обнаружить прямого выхода на исследование феномена корпоративности и корпоративной культуры художественных организаций как особого специфического образования.

Таким образом, комплексный анализ источников позволил выйти к **проблеме исследования**, заключающейся в противоречиях:

- между устоявшейся традицией рассмотрения корпоративности и корпоративной культуры исключительно в контексте анализа управленческих бизнес-моделей и структур и необходимостью учета их специфики в деятельности организаций художественной направленности;

- между многообразием типов представленности корпоративной культуры театров и отсутствием исследовательских попыток систематизации этого многообразия, учета проецирующих эффектов воздействия корпоративной культуры театров на аудиторию.

Цель исследования: разработка концептуальных основ корпоративной культуры театров как компромиссного синтеза конфликта и согласия в организации взаимодействия между субъектами художественной деятельности.

Достижение поставленной цели видится возможной посредством решения следующих **задач**:

1. Осуществить системный анализ подходов и традиций истолкования феномена корпоративности, выявить актуальные предметные области его осмысления в контексте культурологического исследования.

2. Обосновать логику и закономерности формирования корпоративных связей в различных типах организационных структур; раскрыть специфику корпоративной культуры художественных организаций через трансформацию традиционных значений конфликта и согласия как способов организации взаимодействия между субъектами

3. Выявить ключевые типы представленности, ценностно-символическую и функциональную основы развития корпоративной культуры организаций.

4. Выделить содержательно-смысловые характеристики корпоративной культуры в художественной сфере, разработать типологию корпоративной культуры театров.

5. Обосновать возможности и перспективы функционирования различных типов корпоративной культуры в деятельности театров Южного Урала.

6. Исследовать проекции эффектов корпоративной культуры театров в аудиторной среде региона.

Объект исследования: корпоративная культура.

Предмет исследования: основания, специфика функционирования и типы представленности корпоративной культуры театров.

Научная новизна исследования видится:

- в раскрытии потенциала культурологического исследования феномена корпоративности; в уточнении содержательно-смыслового наполнения понятий «корпоративность» и «корпоративная культура» с позиций теории культуры;

- в обосновании вариантов представленности корпоративной культуры в ключевых типах взаимодействия субъектов: «подчинение – служение»; «соглашение – сотрудничество»; «соучастие – сотворчество»;

- в выявлении основных компонентов ценностно-символической основы корпоративной культуры организаций (коммуникативный, мифо-идеологический, программно-идеологический, ритуально-символический, атрибутивно-идентификационный компоненты); раскрытии специфики корпоративной культуры в художественной сфере через трансформацию традиционных значений конфликта и согласия;

- в выделении содержательно-смысловых характеристик корпоративной культуры художественных организаций, в разработке типологии корпоративной культуры театров; в обосновании эффективности развития корпоративной культуры театров через проекции (ценностное воздействие) на аудиторную среду;

- в фиксации актуального состояния функционирования корпоративной культуры театров Южного Урала, систематизации существующих проблем и перспектив театрального искусства региона сквозь призму консолидирующего эффекта.

Теоретическая и практическая значимость работы. Разработанные в диссертации положения позволяют конкретизировать специфику культурологического осмысления феномена корпоративности; систематизировать модели представленности корпоративной культуры в системе функционирования организации; обобщить ключевые характеристики, определяющие уникальность развития корпоративной культуры в контексте художественной деятельности (на примере театрального искусства).

Результаты диссертационного исследования могут быть использованы в педагогическом процессе, при подготовке основных курсов по теории культуры, региональной культурологии, теории коммуникации, социологии искусства, социологии театра, менеджмента в сфере художественной культуры. Практическая значимость диссертации видится в возможности использования результатов исследования для разработки и внедрения специализированных курсов: «Корпоративная культура театров», «Феномен корпоративности в контексте художественной культуры».

Кроме того, разработанные и апробированные в результате эмпирического исследования положения, могут способствовать развитию внутрикорпоративных связей театральных коллективов; выступать в качестве индикаторов оценки консолидации и интегрированности аудиторной среды; позиционировании театров на основе сложившейся в них корпоративной культу-

ры; корректировке управленческих подходов и решений во взаимодействии с театральными коллективами.

Методология и методы диссертационного исследования. Основополагающим при обращении к непосредственной предметной области исследования в диссертации стало определение культуры как системы, выступающей мерой, способом и результатом формирования и реализации сущностных сил человека в ходе его социальной деятельности (Л. Н. Коган). Методологическим основанием понимания специфичности художественной культуры выступила концепция М. С. Кагана, рассматривающего культуру в трех основных формах (по аналогии с формами человеческой деятельности): материально-практической, духовно-теоретической и практически-духовной (собственно, художественной).

В качестве методологической основы анализа корпоративной культуры автор использовал концепт культурной формы как модели познания (А. Я. Флиер) – представляющей собой совокупность наблюдаемых признаков и черт культурного объекта/явления, отражающих утилитарные функции и символическое значение, на основании которых производится ее идентификация и атрибуция.

Исходя из данного методологического концепта, корпоративная культура исследовалась с позиций функциональности (эффективность использования в социальной практике), символичности (интерпретация смыслов и значений), стратифицированности (системный принцип организации) и традиционности (узнаваемости данной формы в системе культурных традиций общества).

Принципиально важным стало то, что понятие культурной формы в концепции А. Я. Флиера, распространяется, прежде всего, на осуществляемую социальную практику – производственную, организационно-регулятивную, коммуникативную деятельность людей, межличностные взаимодействия и социально-обусловленные акты поведения, интеллектуальные и творческие действия.

При анализе художественной деятельности, диссертант опирался на основные положения конфликтологической парадигмы изучения социальных взаимодействий.

Конфликт и согласие выступали генетическим и конституирующим основанием организации взаимодействия в общностях производящего (производящего) типа. Конфликт объективно заложен в различии функциональных ролей субъектов-участников («деятельностный эгоцентризм»), а также неустрашимых личностных особенностей. Согласие является категорическим условием возникновения взаимодействия и эффективной деятельности. Сама культура взаимодействия есть конструируемый компромиссный синтез этих деятельностных установок.

Системный подход (рассмотрение проблематики в контексте системного взаимодействия «театр – зритель») выступил в качестве базовой основы исследования театральной культуры.

Применение *структурно-функционального* подхода к исследованию театрального искусства было связано с представлением театра как института художественной жизни общества, сложноорганизованной структуры взаимодействия создателей, распространителей и потребителей искусства.

Типологический подход использовался для анализа различных моделей и форм представленности корпоративной культуры.

Интерпретация ценностно-символической структуры корпоративного взаимодействия стала возможной при обращении к *ценностному подходу* и *коммуникативным моделям* изучения культуры.

При анализе эффектов проекции корпоративной культуры театров на аудиторию использовалась схема проективности, предложенная уральским культурологом С. С. Соковиковым, реализуемая при использовании трех ключевых компонентов: субъекта (проектора), процесса проецирования и проекции как экспликация проективного сообщения в определенном сегменте семиотической среды. Изучение аудиторных запросов, притязаний, ожиданий и ценностных установок связывалось с концепцией репрезентативной культуры Ф. Тенбрука.

В обосновании специфики преломления корпоративных связей в системе художественной культуры (и, в частности, корпоративной культуры театров), а также в создании авторской типологии корпоративной культуры театров – диссертант опирался на постнеклассические трактовки понимания культурных смыслов с содержащимися в них положениями о допустимости субъективизма, задаваемого интерпретатором, детерминированности его сознания личным опытом.

Специфика заявленной темы, нацеленная на систему «обратной связи», обусловила обращение к эмпирическим методам сбора информации: анкетированию населения г. Челябинска (2017 год: 550 респондентов) и серии формализованных интервью с представителями художественно-творческого и управленческого составов театров Южного Урала (2017-18 годы: 186 интервью).

Положения, выносимые на защиту:

1. Глубинный потенциал исследования феномена корпоративности представлен на пересечении четырех актуальных предметных полей: корпоративность в культуре, корпоративная культура, культура как корпоративность, культура корпоративности. Именно здесь возникает проблема сопряжения корпоративности в культуре как универсального ее измерения и корпоративной культуры как особого и специфического образования. В первом случае речь может идти об универсальном объединяющем принципе форм кооперации социальных групп, а также вырабатываемых людьми ценностных оснований консолидации; во втором – толковаться как локальная центрация в границах конкретного (прежде всего, профессионального) сегмента. Таким образом, любые формы объединения¹ предполагают корпоративность, но не в любых из них формируется специфическая корпоративная культура.

¹ В данном случае, речь идет об общностях структурированных, целенаправленно деятельностных и относи-

2. Корпоративность понимается как тип связи, формируемый на основе различных оснований консолидации, при котором солидарность постулируется в сознании субъектов как ценность, вписывающая их единичное существование в значимую для данных субъектов общность. Корпоративная культура определяется как система значимых императивов, разделяемых членами группы или организации, отражающих коллективную субъектность и восприятие себя и других в социальной среде, проявляющихся в способах реализации сущностных сил членов данного коллектива во имя цели и задач организации. Корпоративная культура предстает сознательно формируемым и принимаемым компромиссом между частным интересом и общими целями, при котором общезначимые идеалы определяются приоритетными по отношению к частным – по добровольному (и даже желаемому) индивидуальному выбору.

3. Анализ особенностей функционирования корпоративной культуры позволил выделить различные типы представленности корпоративных связей: «подчинение – служение» (априорное наличие жесткой системы регулирования, директивно регламентирующей свободу реализации сущностных сил участников организации «сверху»); «соглашение – сотрудничество» (самостоятельное принятие корпоративных конвенций при активном вовлечении персонала в деятельность); «соучастие – сотворчество» (добровольное включение в корпоративную деятельность при личностном соучастии в формировании корпоративной культуры), тип, в большей мере соответствующий особенностям развития художественной сферы. Ценностно-символическая основа корпоративной культуры может быть рассмотрена на основе следующих компонентов: коммуникативный, мифо-идеологический, программно-идеологический, ритуально-символический, атрибутивно-идентификационный. Предложенные компоненты образуют внутреннюю логику формирования внутрикорпоративного согласия для снижения рисков конфликтных противостояний (как во внутренней, так и во внешней среде).

4. Специфичность функционирования корпоративной культуры в границах художественной деятельности определяется через следующие характеристики: 1) необходимость неповторимо-индивидуального лица творческого лидера, 2) ограниченные возможности использования административного ресурса регулирования сферы, 3) ориентация на продукт интенционально направленный к эксклюзивности, 4) ансамблевость как сообщество уникальных, индивидуализированных со-творцов, 5) неочевидный характер результата творческой деятельности и объективных оснований его оценки. Непосредственное обращение к театральному искусству позволяет выделить ключевые типы представленности корпоративной культуры театров: «театр-бунтарь», «театр-эпатаж», «театр-легенда», «театр-секта», «театр-дом», «театр-студия» и «театр-клуб».

5. Конфликтность входит в природу театральной деятельности как ее объективное свойство и, в то же время, находит специфичное преломление в

этой деятельности, исходя из особенностей театрального дела. Можно выделить несколько аспектов, в которых конфликтность в театре проявляется в разных ракурсах, но вполне отчетливо и закономерно: 1) противоречие между уникальностью, особостью каждого со-творца спектакля (драматурга, режиссера, актера, художника и др.), обладающего, кроме специфичных личностных свойств, своим индивидуальным видением сценического действия и стремлением максимально ярко представить себя в этом контексте, и категорической необходимостью общего, целостного решения спектакля в рамках единого замысла; 2) отношения драматургического текста и театра (театр, по сути, выступает своеобразным оппонентом «буквального» содержания драматургического текста, всякий раз «переписывая» пьесу на языке сценического действия); 3) отношения «аудитория – театр» (несовпадение ожиданий публики и реального театрального зрелища создает конфликтную ситуацию, которая разрешается различным образом: от осязаемого неприятия до полной, подчиняющей убедительности сценической версии); 4) типичной практикой театрального дела является приглашение различных режиссеров для постановки конкретного спектакля, что обеспечивает ситуацию определенного диссонанса, конфликта нового с привычным, принятым в коллективе, который решается в ходе работы над спектаклем. Путем подобного решения выступает взаимная адаптация режиссера и коллектива, но важнейшим фактором является как раз такое свойство корпоративной культуры театра, как ситуативность, то есть, способность и готовность гибко и позитивно вырабатывать пути эстетически эффективного сотрудничества в ситуациях периодической смены творческого лидера.

6. Особое значение в театральном искусстве приобретает проекция эффектов корпоративной культуры театра в аудиторной среде. Театрально-художественный продукт, продуцируемый субъектом-автором (театром), эксплицирован в аудиторную среду, в том числе, и как проекция, сложившейся в театре корпоративной культуры. Эффективность развития корпоративной культуры театров, таким образом, связывается с консолидацией аудиторного сегмента, степенью интеграции аудитории вокруг художественного результата. При этом сама корпоративная культура существует и функционирует в пределах театра как корпорации, но от ее состояний и качеств зависит содержание и действенность этих проекций как результирующего эффекта осуществления миссии. Проецирующий эффект корпоративной культуры театра связывается с ценностным воздействием театрального искусства на аудиторию через сознательно выстраиваемую ситуацию реинтерпретации и присвоения транслируемых ценностей и смыслов.

Степень достоверности и апробация результатов работы, изложение ее основных положений осуществлено в 10 публикациях общим объемом 1,8 печатных листов (3 из них в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях).

Результаты исследования прошли обсуждение на научно-практических конференциях различного уровня: межрегиональной научно-практической кон-

ференции «Культура. Власть. Общество: пути реализации государственной культурной политики» (Екатеринбург, 2015 г.); Международной научной конференции молодых ученых, аспирантов и соискателей «Молодежь в науке и культуре XXI века» (Челябинск, 2016, 2017 гг.); VI Всероссийской научно-практической конференции «Национальное культурное наследие России: региональный аспект» (Самара, 2018 г.); Всероссийской с международным участием научной конференции «Лики культуры в эпоху социальных перемен» в рамках «XIII Колосницынских чтений» (Екатеринбург, 2018 г.); XVI Международной научно-практической конференции «Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований» (North Charleston, USA, 2018).

Достоверность результатов диссертационного исследования подтверждается личным участием автора в организации и проведении масштабных театральных проектов в Челябинской области: Уральский театральный форум «Театр: Время перемен» (25-29 сентября 2017 г.) в рамках Программы государственной и общественной поддержки развития театральной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой под патронатом Президента РФ; проект Министерства культуры Челябинской области, Челябинского отделения Союза художников и Челябинского отделения Союза театральных деятелей, Государственного центрального театрального музея им. А. А. Бахрушина «Театр – пространство свободы» (27 марта – 22 апреля 2018 г.); областной фестиваль профессиональных театров Челябинской области «Сцена» (2016-2017 гг.) и других.

Отдельные аспекты исследования обсуждались автором на слушаниях Комитета Государственной Думы РФ по культуре: «О реализации Концепции долгосрочного развития театрального дела в РФ на период до 2020 года» (23 марта 2017 г.); на съезде «Союза театральных деятелей Российской Федерации» (5-7 февраля 2017 года, Москва); на первом организационном совещании Рабочей группы «Союза театральных деятелей Российской Федерации» по подготовке и проведению Года театра в России (29-30 мая 2018 г., Москва); на XXVII заседании Координационного совета по культуре при Министерстве культуры Российской Федерации по вопросу разработки и реализации национального проекта «Культура» (26-30 июня 2018 года, Кострома).

Полученные в ходе исследования результаты нашли применение в деятельности совещательных органов: расширенных заседаниях коллегии Министерства культуры Челябинской области, заседаниях общественного совета по культуре Челябинской области, конкурсных комиссиях при Министерстве культуры по отбору мероприятий для включения в план основных областных мероприятий в сфере культуры и искусства, собраниях творческих коллективов театров Южного Урала.

Структура диссертационного исследования. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы (230 наименований) и приложений. Содержание работы изложено на 133 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

В первой главе «**Теоретико-методологические основания исследования корпоративной культуры**» представлен системный анализ подходов и традиций истолкования феномена корпоративности, обоснованы предметные области его осмысления в контексте культурологического исследования; выявлена логика и закономерности формирования корпоративных связей в различных типах организационных структур; раскрыта специфика корпоративной культуры художественных организаций через трансформацию традиционных значений конфликта и согласия.

1.1. «Корпоративность как объект культурологического осмысления: характеристика предметных полей исследования».

Даже весьма поверхностный экскурс в историю культуры позволяет обнаруживать феномены и явления, смысл которых определялся именно идеологией объединения усилий для достижения общих целей (например, новгородское вече или афинский полис), постулированием этических и ценностно-значимых атрибутов в различных формах объединения (рыцарский кодекс чести, купеческое слово, принципы ремесленных корпораций).

Корпоративность понимается нами как тип связи, формируемый на основе различных оснований консолидации, при котором солидарность и единство постулированы в сознании субъектов как ценность, вписывающая их единичное существование в значимую для данных субъектов общность. В указанном определении понимание корпоративности связывается именно с типом интеграционных связей, что вполне соотносится с изначальной трактовкой термина (от латинского «corporation»), указывающего на объединение и сообщество, а не на организационно-правовой тип предприятия («корпорация»). При этом в понимании корпоративности могут быть отличны как основания консолидации (национально-этнические, конфессиональные, профессиональные), так и само качество данных интеграционных связей, что наглядно демонстрируется, например, в концепции механической и органической солидарности французского философа и социолога Э. Дюркгейма.

Корпоративная культура рассматривается как специфическая форма существования взаимосвязанной системы, включающей в себя два параметра:

- совокупность и иерархию принимаемых и разделяемых ценностных ориентаций, поведенческих норм, верований, ожиданий, предположений, устоев, символов, знаков и атрибутов, традиций и обычаев, лежащих в основе отношений и взаимодействий как внутри коллектива, так и за его пределами;
- систему способов реализации сущностных сил членов сообщества, преобладающих в организации на определенном этапе ее развития.

Таким образом, корпоративная культура определяется как система императивов, разделяемых членами группы или организации, отражающих коллективную субъектность и восприятие себя и других в социальной среде, проявляющихся в способах реализации сущностных сил членов данного коллектива во имя цели и задач организации. Корпоративная культура пред-

ставляет собой два организационных уровня, которые можно обозначить как «видимый» и «невидимый», или внешний и внутренний. На внешнем уровне представлено все, что называется «фирменным стилем»: дизайн офиса, одежда сотрудников, слоганы, символы, рабочая обстановка и т.д. На внутреннем, более глубоком уровне, располагаются ценности и нормы, определяющие и регламентирующие поведение сотрудников в компании.

Видение корпоративности как одного из существенных, атрибутивных свойств культуры, обеспечивающих ее содержательно-смысловое наполнение – хотя и обозначается нами как отдельное проблемное поле исследований, тем не менее, не будет предметом подробного рассмотрения в данной работе. Указание на него служит, скорее, демонстрацией многозначности постижения потенциала корпоративности, свидетельствующего о неправомерности сведения проблемы лишь к узкопрагматическим бизнес-трактовам.

Культура корпоративности в обыденном понимании чаще всего трактуется как атмосфера конкретной организации, социально-психологический климат коллектива, умение поддерживать дух единства в различных системах взаимодействия членов того или иного сообщества. Опираясь на деятельностный подход, под культурой корпоративности может пониматься, в первую очередь, формирование корпоративности как системы ценностей и отношений; целенаправленное использование корпоративизма (как субстанционального основания корпоративного духа) на уровне общих задач и конкретных проекций корпоративной культуры.

Таким образом, осуществленный анализ предметных полей исследования корпоративности, свидетельствует как о многосмысловой наполненности феномена, так и об адекватной данной сложности многозначности трактовок и подходов к его осмыслению.

1.2. «Корпоративная культура в системе функционирования организаций». Изначально функциональное значение корпоративной культуры видится в установлении системы внутреннего согласия («командный дух», «философия общей цели», «единство интересов») для снижения конфликтных воздействий внешней среды.

Особое значение в современной философии корпораций построено на усилении коммуникативных аспектов, а, следовательно, можно говорить о том, что коммуникативная модель взаимодействия выступает значимой составляющей эффективного развития корпоративной культуры и инструментом установления согласия через снижение внутриконтрастных коммуникативных потоков. Особый потенциал коммуникативной модели связан с языком коммуникации – выработкой определенного семиотического кода взаимодействия, образующего прочные корпоративные связи и основу для самоидентификации.

Мифо-идеологический аспект корпоративной культуры осуществляется через мифы и легенды, выстраивающие «архетипический базис» философии согласия в функционировании организации. Система ценностей находит свое отражение в формулировке программно-идеологических основ, выраженных

в кредо организации (провозглашаемые ценностные постулаты). Как правило, основной свод правил и норм поведения, стандартов взаимоотношений как внутри организации, так и с клиентами, партнерами формулируется в виде официальных документов: положений, этических кодексов, инструкций. Четко представленные, сформулированные и зафиксированные в документах организации, эти принципы и обязательства позволяют сплачивать сотрудников вокруг единых ясно определенных целей и ценностей.

Видимыми проявлениями корпоративной культуры являются ритуалы, обеспечивающий ритуально-символический уровень взаимодействия. Ритуально-символический компонент в действенной форме проявляет особую философию сопричастности (как основу последующего согласия), создает команду единомышленников, дает возможность сотрудникам почувствовать себя частью целого организма, формирует ощущение ценности каждого члена коллектива для компании.

Атрибутивно-идентификационный компонент – ориентирован на внешний, «видимый» и намеренно демонстрируемый во вне аспект ценностной философии организации. Фирменный стиль компании, рекламные атрибуты и оформление, хотя и не могут напрямую трактоваться через ценностный аспект, но, ориентированы на продвижение и позиционирование философии организации в эксклюзивных формах внешне-эстетической манифестации.

Анализ особенностей функционирования корпоративной культуры позволил выделить различные типы представленности корпоративных связей: «подчинение – служение» (априорное наличие жесткой системы регулирования, директивно регламентирующей свободу реализации сущностных сил участников организации «сверху»); «соглашение – сотрудничество» (самостоятельное принятие корпоративных конвенций при активном вовлечении персонала в деятельность); «соучастие – сотворчество» (добровольное включение в корпоративную деятельность при личностном соучастии в формировании корпоративной культуры), тип, в большей мере соответствующий особенностям развития художественной сферы.

1.3. «Специфичность корпоративной культуры в контексте художественной деятельности: трансформация значений конфликта и согласия». Художественная культура определяется как система, существующая по особым законам и правилам, что делает вполне уместным и необходимым поиск уникальных черт и проявлений корпоративной культуры.

Обозначим ключевые черты, определяющие специфичность существования корпоративной культуры в контексте художественной деятельности (на примере театра).

Первое – это необходимость неповторимо-индивидуального лица творческого лидера: чем мощнее выражено это индивидуально-личностное и уникальное начало (преимущественно, в лице художественного руководителя), тем в большей мере оно определяет специфичные черты конкретного варианта корпоративной культуры, выступая, в том числе, и ее составляющей;

в силу этого становится убедительнее общий, публично значимый успех. Специфичность художественной сферы именно в этом личностно-неповторимом начале человека, формирующего корпоративную идеологию творческого коллектива. Чем более уникален его путь, тем в большей мере универсально это создаваемое начало, выраженное в порождении вокруг театра особой духовно-мировоззренческой среды, идеологического сообщества (дух Таганки, МХАТа). Одновременно, эта ориентированность на конкретное лицо обеспечивает и уязвимость такого типа корпоративной культуры, ибо ее воспроизведение возможно при условии сохраняющегося и действующего центра.

Вторая особенность – это ограниченные возможности использования административного ресурса регулирования сферы. В данном случае следует уточнить, что мы разграничиваем организационную культуру, которая именно действует как управленческий механизм регулирования текущей практики функционирования организации, и корпоративную культуру – обеспечивающую ценностный аспект существования коллектива. Именно административная регламентация ценностно-духовного начала в корпоративном функционировании художественного коллектива весьма затруднена, в определенных аспектах чужда ему. Театр может использовать в создании корпоративной культуры и бизнес-модель, она позволит ему обеспечить контроль над менеджментом, управленческую гибкость, но не возможности конвертации духовно-символического капитала в исторически-значимый контекст. В бизнесе важен тиражируемый продукт, а здесь – продукт, интенционально направленный к эксклюзивности. И именно в сфере производства нематериального продукта происходит сближение художественной культуры и креативного бизнеса (эксклюзивный веб-дизайн, сфера высоких интеллектуальных технологий и т.п.).

Корпоративная культура в традиционных организациях, скорее, «механизм» (пусть очеловеченный и пластичный), а в случае театра это в большей мере «ансамбль» как сообщество уникальных, индивидуализированных создателей. То есть, ансамблевость может рассматриваться как специфическое свойство корпоративной культуры театра.

Еще одна специфическая черта функционирования корпоративной культуры в сфере художественной деятельности – это неочевидный характер результата. В бизнесе – это, прежде всего, получение прибыли через увеличение доходов или минимизацию расходов. В художественной культуре денежная мотивация проявляется специфично, опосредованно, играя, в том числе, роль компонентов культурно-символического капитала и, соответственно, не прибыль может рассматриваться в качестве достижения конечного результата. Именно миссия театра (в содержательном прочтении, не на уровне слоганов, эмблематичных выражений и декларативных призывов, а в предметном воплощении) видится нам как центрирующий концепт его корпоративной культуры. Причем данный концепт можно рассматривать и по отношению к театру в целом (общее), и применительно к специфичным ви-

дам и жанрам театрального искусства (частное), и по отношению к отдельному театральному коллективу (конкретное).

Специфика формирования корпоративной культуры театра заключена в том, что изначально в основу создания единства театрального организма, в отличие от традиционных организационных структур, заложен именно конфликт. Событийный конфликт в сфере художественной деятельности определяется нами как необходимая для участников художественно-творческого взаимодействия установка на учет различий в интерпретации ими художественного продукта, столкновение точек зрения, рождающих поиск новых смыслов (отказ от традиционно заданных) и провоцирующих мотивацию на самосовершенствование.

Во второй главе диссертации **«Корпоративная культура театров: типология и диагностика»** раскрываются специфические черты корпоративной культуры театров, теоретическая конструкция сопоставляется с объективными условиями функционирования театральной жизни (на примере театров Южного Урала).

2.1. «Корпоративная культура театров: специфика функционирования и типы представленности». Конфликтность входит в природу театральной деятельности как ее объективное свойство. В то же время, конфликтность находит специфичное преломление в этой деятельности, исходя из особенностей театрального дела. При этом такое свойство проявляется в целом спектре вариаций, включающих, в том числе, разную степень проявленности: от некоторой рассогласованности, разночтений, до определенного антагонизма. Можно выделить несколько аспектов, в которых конфликтность в театре проявляется в разных ракурсах, но вполне отчетливо и закономерно.

Прежде всего, противоречие между уникальностью, особостью каждого со-творца спектакля (драматурга, режиссера, актера, художника и др.), обладающего, кроме специфичных личностных свойств, своим индивидуальным видением сценического действия и стремлением максимально ярко представить себя в этом контексте, и категорической необходимостью общего, целостного решения спектакля в рамках единого замысла. Парадоксальным образом, успех театральной деятельности зависит от максимальной выраженности в ее результатах и того, и другого начала. Именно с помощью механизмов развитой корпоративной культуры возможно нахождение их компромиссов, при этом всякий раз ситуативно конкретных и плодотворных. Тогда в принципах профессиональной солидарности в театре работает алгоритм включения «деятельностного эгоцентризма» каждого участника творческого процесса с его уникальным вкладом в структуру общего действенного решения спектакля, что и становится основанием согласия ансамблевого типа.

Своеобразной стороной конфликтности являются отношения драматургического текста и театра. Буквальное перенесение этого текста на сцену невозможно. Необходимость свежей, оригинальной его интерпретации вызывается и течением изменчивого времени, возникновением новых социокультурных контекстов, и «конкуренцией» со стороны возможных или существ-

вующих иных сценических «прочтений», и особенностями конкретного театрального коллектива. В этом смысле, театр, по сути, выступает своеобразным оппонентом «буквального» содержания драматургического текста, всякий раз «переписывая» пьесу на языке сценического действия.

Определенная степень конфликтности заложена также в отношениях «аудитория – театр». У зрителя, принявшего решение прийти на спектакль, формируется предварительная установка на предстоящее зрелище, его жанровое звучание, образный строй и т.д., то есть, определенные ожидания. Следует учесть также разнообразие подобных ожиданий со стороны различных сегментов аудитории, так называемых «вкусовых публик». Однако одна из важных задач театра – представление неожиданных, креативных сценических решений. В этом случае несовпадение ожиданий публики и реального театрального зрелища создает конфликтную ситуацию, которая разрешается различным образом: от ощутимого неприятия до полной, подчиняющей убедительности сценической версии. В свою очередь, такая убедительность может быть достигнута только в результате слаженной работы театрального коллектива «единомыслящих» и «единочувствующих» на всех основных этапах создания спектакля, что невозможно без оптимально функционирующей корпоративной культуры.

Типичной практикой театрального дела является приглашение различных режиссеров для постановки конкретного спектакля. Разумеется, это ведет к обогащению репертуара, разнообразию выразительных решений. Однако каждый «очередной» режиссер обладает своим творческим почерком, особенностями образного мышления, спецификой работы с членами театрального коллектива. Он выступает выразителем (пусть временным) нового центра творческой деятельности, несущего непривычную поэтику и стилистику, специфичные нормы и ценности. Возникает ситуация определенного диссонанса, конфликта нового с привычным, принятым в коллективе, который решается в ходе работы над спектаклем. Путем подобного решения выступает взаимная адаптация режиссера и коллектива, но важнейшим фактором является как раз такое свойство корпоративной культуры театра, как ситуативность, то есть, способность и готовность гибко и позитивно выработать пути эстетически эффективного сотрудничества в ситуациях периодической смены творческого лидера.

Особо следует отметить то обстоятельство, что в художественно-эстетическом смысле и драматургия, и сценическое действие определяются конфликтом как движущей силой действия. Этот конфликт изначально выступает относительно внешним, программирующим фактором, структурно организующим развитие действия. Но театр не только дает собственную интерпретацию сути этого конфликта. Режиссер в замысле, а актеры в реальном действии переживают и проживают конфликтные перипетии и коллизии, транслируя их остроту в зрительный зал. Причем именно их живое развертывание, поиски персонажами выхода из них – это то, за чем, в том числе, с вниманием следят зрители. Это конфликт, в развертывание и разрешение ко-

того вовлечены и сцена, и зал. От того, насколько актерский ансамбль (как предметное воплощение корпоративной культуры) выразителен и убедителен в представлении этих коллизий, во многом зависит зрительское восприятие, а в итоге – и успех спектакля. Таким образом, и эти конфликтные аспекты органически присущи театральной деятельности, выступая ее своеобразным материалом.

Культура профессионального театрального сообщества как совокупности людей, осуществляющих деятельность по производству и распространению художественных ценностей в сфере театрального искусства – шире и многоаспектнее, чем корпоративная культура, сложившаяся в том или ином театре. К профессиональному театральному сообществу в большей мере применим феномен корпоративности как осознаваемое и эмоционально переживаемое единство и близость с представителями своей профессии, принадлежности к лично-значимой сфере деятельности («люди театра», «человек искусства»). При обращении же к функционированию конкретных театров и, задействованных в их работе театральных коллективов, речь может идти именно о сложившейся в них корпоративной культуре.

Типология корпоративной культуры театров базируется на сопряжении субъективных особенностей взаимодействия внутри театрального коллектива, специфике осуществляемой театром профессиональной деятельности и проецируемых на аудиторию результатах:

«Театр-бунтарь»: театр с ярко выраженной гражданской позицией, рассматривающий оппозиционность и альтернативность существующему порядку как ведущее ценностное основание консолидации и в творческой деятельности (выбор репертуара, творческая манера прочтения и подачи материала), и в личной самоидентификации членов театрального коллектива (разделяемые приоритеты и ценности).

«Театр-эпатаж»: совпадает с типом «театра-бунтаря» в ориентации на актуальные ценности (скорее, постулирующий современность как ценность), с той лишь разницей, что формальным характеристикам трансляции (предельно авангардная подача материала, эпатирующий стиль самовыражения членов театрального коллектива на сцене и в публичном поле) придается большее значение, чем содержательным (выраженная ценностная позиция). Внешние атрибутивные характеристики принадлежности к театру (имя режиссера, имидж театра, эпатирующая манера самоподачи) – становятся базовым элементом его корпоративной культуры. Поэтому, сложившийся тип корпоративной культуры подобного коллектива, как правило, неустойчив и, в определенном смысле, ситуативен (кратковременный эффект объединения).

«Театр-легенда»: театр, в котором базовой основой консолидации становится принадлежность к легендарному прошлому, а потому – и объединяющий людей через признание ценностными приоритетами традицию, каноничность, дистанцию от злободневности, приверженность классике (от классического репертуара и избираемых творческих решений, до использования внешних атрибутов традиционного образа «человека театра»). В таком

коллективе приверженность указанным ценностям проявляется (как значимый и необходимый механизм преемственности) в ритуалах, обрядах; особой силой наделен мифологический базис объединения – мифы о героях, анекдоты, байки и т.п.

«*Театр-секта*»: существующие внутрикорпоративные связи основаны на явно постулируемой сакрализации театрального искусства через фигуру творческого лидера в значении: «пророк – последователи»/«пастырь-паства». В подобном типе корпоративной культуры речь может идти о восприятии театрального искусства как духовной практики (спектакль – это путь, а не конечный результат; работа над ролью – есть работа над собой, а потому активно внедряются, например, техники медитации).

«*Театр-дом*»: выводящий на первый план ценности психологической сплоченности и комфортной профессиональной коммуникации участников театрального коллектива. Иерархия есть, но правила поведения максимально демократичны. Особое внимание уделяется ритуалам и практикам, «работающим» на идеи интеграции и внутрикорпоративного сплочения: общее празднование побед и достижений, почти круглосуточное совместное времяпрепровождение в театре. Ролевые позиции художественного лидера приближены к семейно-повседневному взаимодействию: «отец», «старший брат». Личный душевный комфорт каждого ставятся во главу угла: постулируемый ценностный приоритет – принадлежность к общему делу.

Подвидом данного типа можно считать и студийные театры (тип корпоративной культуры «*театр-студия*») и «*театр-клуб*» – своеобразные образовательные центры, постулирующие ценности просвещения аудитории и самообразования артистов.

Последним типом можно назвать «*театр-проект*», характеризующийся, скорее, через отсутствие четких механизмов консолидации, поскольку, как правило, создается под конкретные творческие задачи, а потому – и не предполагает сложившейся труппы (например, «Театр наций»).

2.2. «Корпоративная культура театров Южного Урала: актуальное состояние и проекции в аудиторной среде региона». Корпоративная культура театров оценивается нами не только как структура, с присущими ей содержательными и функциональными свойствами, но и как *процесс*, предполагающий генезис, формирование и функционирование. Соответственно, речь должна идти и о фиксации актуального состояния развития корпоративной культуры театров – проблеме, исследованной в диссертации на примере театров Южного Урала.

Логика исследования базировалась на фиксации следующих содержательно-смысловых позиций: наличие корпоративных связей внутри театрального коллектива (осознание оснований единства субъектами взаимодействия); базовые компоненты наличествующей корпоративной культуры, специфика их конфигурации в театральном коллективе; выраженность бинарности «конфликт – согласие», понимание значения конфликта, представления о

проецирующем эффекте воздействия на аудиторию; устойчивость внутри-корпоративных связей.

При обращении к конкретизации мнений относительно ключевых особенностей, определяющих специфику корпоративного объединения внутри театрального коллектива, четко фиксировались характеристики, закладываемые нами в смысловую основу специфического бытования корпоративной культуры в сфере художественной деятельности;

1) необходимость неповторимо-индивидуального лица творческого лидера (уникальность его жизненного пути, порождающего вокруг театра особую духовно-мировоззренческую среду). Именно эта особенность существования и развития корпоративной культуры театра определялась членами театральных коллективов как ключевой элемент; доминирование данной позиции (наибольший процент ответов среди интервьюируемых) наблюдалось в следующих содержательных посылах участников опроса:

- талант лидера-режиссера как основной элемент уникальности театра;
- обозначение творческого руководителя/режиссера как единственного признанного лидера;
- указание на возможность работы с ярким режиссером как фактор возможной смены коллектива;
- фиксация успеха и достижений театра в непосредственной ориентации на фигуру творческого лидера.

2) ограниченные возможности использования административного ресурса: подтверждением этого положения можно считать следующие доминирующие позиции ответов участников опроса:

- низкие показатели аналогового сопоставления процессов управления в художественно-творческой и производственной сферах, указание на вторичность влияния вертикальных коммуникаций по принципу административного подчинения;
- непризнание организационно-управленческого звена как существенного фактора гармоничного функционирования театра;
- четкое разграничение значимости позиций художественного лидерства и руководства в театре (с признанием вторичности последнего).

3) интенция к эксклюзивности создаваемого продукта, ансамблевость как сообщество уникальных, индивидуализированных со-творцов, «соучастие – сотворчество» как ключевой тип взаимодействия субъектов – характеристика, находящая подтверждение в следующих позициях ответов интервьюируемых:

- обозначение особой эмоциональной включенности коллектива в процесс создания художественного «продукта» (неразрывное соединение индивидуальной биографии и профессиональной судьбы);
- отсутствие границ между рабочим и нерабочим временем, акцентирование внимания на необходимости творческой самореализации как персональной состоятельности;

- максимальная включенность в действующий репертуар как базовый элемент профессиональной лояльности;

- прямое указание на ансамблевость как специфику театра.

4) неочевидный характер результата – подтверждается следующими позициями ответов участников:

- вторичность материальной составляющей как фактора профессионально-творческой лояльности; игнорирование материальных стимулов в числе факторов идентификации с местом работы;

- духовное воздействие на аудиторию как значимая часть творческой самореализации, осознанная и пропагандируемая миссия служения;

- прямое указание на субъективность оценки результата творческой деятельности.

Критериями оценки актуального состояния корпоративной культуры театров могут выступать:

- прочность/устойчивость внутрикорпоративных связей: устойчиво-функционирующие, рутинно-воспроизводящиеся, разбалансированные (неустойчивость как вследствие кризиса существующей ситуации, так и, например, в процессе формирования новых «правил игры»);

- масштаб охвата/ доминирования внутрикорпоративных ценностей и норм внутри коллектива: тотальный охват, сегментированный охват, локальная центрация (например, в случае декларативно провозглашаемых лидером, но не разделяемых коллективом ценностей);

- органичность внутрикорпоративной атмосферы внутреннему самоощущению личности: гармоничная, дисгармоничная, переходный тип.

Указанные критерии в каждом конкретном случае и образуют свою конфигуративную композицию – уникальный способ связи элементов внутри каждого театрального коллектива.

Театрально-художественный продукт, продуцируемый субъектом-автором (театром), эксплицирован в аудиторную среду как проекция, сложившейся в театре, корпоративной культуры. Проецирующий эффект корпоративной культуры театра связывается с ценностным воздействием театрального искусства на аудиторию через сознательно выстраиваемую ситуацию реинтерпретации и присвоения транслируемых ценностей и смыслов в качестве основы мировосприятия потребляющего. Мы говорим о проекции комплекса корпоративных свойств театрального организма через трансляцию артефакта спектакля и возникающую при этом сотворческую коммуникацию (сцена – аудитория), что порождает не столько некое духовное согласие, сколько воспроизводит как раз ансамблевость как состояние аудитории (то есть, согласие в многозвучии и разнообразии оценок, вкусов и пр.).

Наличие устойчиво сложившейся корпоративной культуры театров связывается аудиторией, прежде всего, с базовыми идентификационными признаками: творческий лидер театра, уникальный актерский состав, исторический путь коллектива и творческий стиль решения спектакля (то есть, всё то, что напрямую характеризует особость театра). При корреляции результатов

проведенного социологического опроса (550 респондентов), была установлена зависимость между сплоченностью отдельных групп аудитории (единство мотивов обращения к театральному искусству, потребность в дополнительной информации, стаж посещений, готовность к возобновлению контактов, удовлетворенность ожиданий и т.п.) и интенсивностью обращения к театрам камерного формата: драматический театр «Новый Художественный Театр» (53%), государственный драматический «Камерный театр» (40%), драматический театр «Манекен» (37,5%).

Обобщая полученные результаты, подчеркнем, что проецирующие эффекты развития корпоративной культуры, наиболее явно выражены через следующие позиции:

- артикулируемая ценность и востребованность культурно-символического потенциала театрального искусства;
- интенсивность театрально-зрительской практики, воспроизводимость (реальная и желаемая) контактов с театральным искусством;
- ассоциативное восприятие театрального искусства в позитивно-окрашенных художественно-эстетических характеристиках и образах (выступающих результатом активно функционирующего внутрикорпоративного событийно-художественного конфликта);
- уникальность и особость театра постулируется в качестве отличительного и считаваемого большинством аудитории признака;
- фиксация устойчивой потребности в продленном эффекте взаимодействия с театром через идентификационный признак субкультурных сообществ.

В **заключении** подводятся итоги выполненного исследования, сформулированы выводы и перспективы дальнейшей разработки темы.

Основные положения диссертации представлены в следующих работах:

Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных изданиях:

1. Цукерман, Г. В. Корпоративность как объект культурологического осмысления: к постановке проблемы / Г. В. Цукерман // Вестник культуры и искусств. – 2016. – №2 (46). – С.60-68.

2. Цукерман, Г. В. Театральное искусство Челябинска в ракурсе аудиторного восприятия: проецирующие эффекты корпоративной культуры (к постановке проблемы) / Г. В. Цукерман // Вестник культуры и искусств. – 2017. – №4 (52). – С.97-102.

3. Цукерман, Г. В. Корпоративность в сфере театральной культуры: диагностика регионального пространства (на примере театров Южного Урала) / Г. В. Цукерман // Культура и цивилизация. – 2018. – Т.8. – №4. – С. 75-82.

**Тезисы докладов на научных конференциях,
статьи в научных журналах и сборниках научных трудов**

4. Цукерман, Г. В. Ценностно-духовный аспект культуры: социологические показатели эффективности реализации культурной политики / Л. Б. Зубанова, Г. В. Цукерман // Культура. Власть. Общество: пути реализации государственной культурной политики: материалы межрегион. науч.-практич. конф. / науч. Ред. И составит. Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2015. – С. 52-54.

5. Цукерман, Г. В. Специфические особенности философии корпоративности в сфере художественной культуры / Г. В. Цукерман // Молодежь в науке и культуре XXI в.: материалы междунар. науч.-творч. форума / Челяб. гос. ин-т культуры; сост. Е. В. Швачко. – Челябинск, 2016. – С. 55-57.

6. Цукерман, Г. В. Корпоративная культура: бизнес-трактовки и специфика социокультурного прочтения / Г. В. Цукерман // Челябинский Гуманитарий. – 2016. – №3(36). – С. 22-28.

7. Цукерман, Г. В. Корпоративная культура: ценностные основания интеграции / Г. В. Цукерман // Социум и власть. – 2016. – №6 (62). – С. 128-133.

8. Цукерман, Г. В. Театральная культура: специфические характеристики корпоративного духа / Г. В. Цукерман // Научные школы. Молодежь в науке и культуре XXI века: материалы междунар. науч.-творч. форума. – Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2017. – С. 64-66.

9. Цукерман, В. С. Поиски новых форм активизации аудитории (на примере проекта «Театра – пространство свободы») / Г. В. Цукерман, С. С. Титова // Искусствознание: теория, история, практика. – 2018. – №1 (21). – С.78-94.

10. Цукерман, Г. В. Художественное образование региона: перспективы модернизации / Г. В. Цукерман / Материалы Всероссийской с междунар. участием научной конф., 23-24 марта 2018 г./Под ред. Н.Б. Кирилловой. – Екатеринбург: Изд-во УрФУ, УрГПУ, 2018. – С.331-335.