

УДК 398.8

Корпоративность в сфере театральной культуры: диагностика регионального пространства (на примере театров южного Урала)

Цукерман Григорий Владимирович

Первый заместитель министра,
Министерство культуры Челябинской области,
454113, Российская Федерация, Челябинск, площадь Революции, 4;
e-mail: zuker@culture-chel.ru

Аннотация

В настоящей статье феномен корпоративности рассматривается с позиций профессионального самоопределения и ориентации на корпоративную культуру в сфере художественной деятельности. На основе изучения феномена корпоративности как объекта культурологического осмысления, обосновывается специфика функционирования, актуальное состояние, типы представленности и эффективность развития корпоративной культуры театров (на примере художественного пространства Южного Урала). Основные выводы автора базируются на анализе результатов исследования – опроса творческого (актерские труппы) и управленческого (директора театров) составов различных театров региона (200 респондентов). Определяющим исследовательским результатом видится нам обращение к самой проблематике корпоративной культуры в театральных коллективах. Именно о театре в обыденной и профессионально-ориентированной среде говорится как о специфическом, атмосферном пространстве с явно выраженной негативной коннотацией объединяющих связей: «серпентарий единомышленников», «театральные интриги». И, тем не менее, именно в контексте театральной культуры представлены разнообразные типы корпоративных связей и взаимодействий. Предложенные в данной статье результаты и выводы, безусловно, не исчерпывают всего разнообразия трактовок, но могут выступать в качестве отправной точки для дальнейших исследований в заданном направлении.

Для цитирования в научных исследованиях

Цукерман Г.В. Корпоративность в сфере театральной культуры: диагностика регионального пространства (на примере театров южного Урала) // Культура и цивилизация. 2018. Том 8. № 4А. С. 73-80.

Ключевые слова

Театр, театральная культура, корпоративная культура театров, корпоративность, интеграция.

Введение

Проблематика корпоративности нередко трактуется в узкопрагматическом ключе, по сути, сводя корпоративную философию к тому, что Ж. Делез обозначал «обществом контроля» [Делез, 2004], рассчитанным на поддержание «вечной метастабильности», отождествлением которой и может выступать слаженный механизм корпораций. Тем не менее, соотнесение с коллективом, нахождение оснований для признания себя членом того или иного сообщества – является привычным механизмом самоидентификации человека: «...солидарность, ощущение общности со «своими» – представляется ключевым чувством, удовлетворяющим потребность человека в социальной интеграции. 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» [Флиер, 2016, 28]. В этом смысле, проблема изучения корпоративной культуры как основы профессиональной солидарности вызывает вполне обоснованный интерес исследователей самых разных направлений социально-гуманитарного знания.

Основная часть

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, ремесленные корпорации): «Корпоративность пронизывает все западное средневековое общество снизу доверху, становится дополнительным к базовой вертикали господства и подчинения – функциональным принципом организации социальной структуры феодального общества, который тотально регулирует поведение ремесленника и членов его семьи во всех аспектах их жизни: в будни и праздники, дома и на работе, в храме и на торжище» [Гриднева, 2008, 279]. В данном случае мы не стремимся к подробному анализу всех форм интеграции, сложившихся в мировой культуре (вопросу слишком глобальному для попутного решения в рамках конкретной статьи), но лишь акцентируем внимание на том, что именно корпоративность, консолидация, интеграция, коллективность и единство – на всем протяжении существования человеческой истории рассматривались в качестве необходимого базиса общественного бытия [Зубанова, 2002].

Не столь однозначной потребность в корпоративных связях видится в контексте изучения театральной и, шире – художественной культуры. Логика размышлений авторов в большей мере сводится к пониманию и описанию факторов и характеристик, позволяющих рассматривать корпоративную культуру как ресурс развития бизнес-структур и организаций в логике дуальной оппозиции «конфликт – согласие» [Камерон, Куинн, 2001; Магура, 2002; Спивак, 2001]. То есть, изначально функциональное значение корпоративной культуры видится в установлении системы *внутреннего согласия* («командный дух», «философия общей цели», «единство интересов») для снижения *конфликтных воздействий* внешней среды. И даже в тех случаях, когда в организациях создается, на первый взгляд, конфликтно-противоборствующая атмосфера (стимулирование внутренней конкуренции, ограничения устойчивых эмоционально-дружеских

контактов между сотрудниками) – данные технологии также используются в традициях классиков конфликтологической парадигмы (Л. Козер, Р. Дарендорф), ориентированных на отыскание позитивной функции конфликта: «...можно утверждать, что предназначение и позитивная функция конфликта в том и состоит, чтобы из него представлялась возможность разрешить противоречия нашей жизни» [Дмитриев, 2000, 60]. Такая традиция вполне укоренилась как в зарубежных, так и в российских работах, что позволяет говорить о том, что ракурс нового культурологического взгляда на проблему, поиск специфичных смыслов корпоративной культуры в художественной плоскости – наделен определенной эвристичностью и новизной.

Рассматривая корпоративную культуру театров (театральных коллективов) мы, так или иначе, выходим на осмысление особенностей идентичности профессиональной группы – театрального сообщества, характеризующегося специфическим видом профессиональной деятельности. При этом, безусловно, 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, на наш взгляд, как раз 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.

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. А, соответственно, речь должна идти и о фиксации актуального состояния развития корпоративной культуры театров – проблеме, исследованной на примере театров Южного Урала.

С 2017 по 2018 годы автором были проведены опросы творческого (актерские труппы) и управленческого (директора театров) составов различных театров региона: Магнитогорский театр куклы и актера «Буратино», Златоустовский государственный драматический театр «Омнибус», МАУ «Новый Художественный театр», Челябинский государственный драматический «Молодежный театр», Магнитогорский драматический театр им. А.С. Пушкина, Челябинский государственный драматический «Камерный театр», Челябинский государственный академический театр драмы им. Н. Орлова, Челябинский государственный театр кукол им. В. Вольховского, Челябинский государственный академический театр оперы и балета им. М. И. Глинки, Театр драмы и комедии «Наш дом».

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 дихотомии «конфликт – согласие», понимание значения конфликта, представления о проецирующем эффекте воздействия на аудиторию;
- устойчивость внутрикорпоративных связей.

Первый блок вопросов был ориентирован на общую оценку правомерности использования термина «корпоративность» применительно к театральному искусству, а также фиксацию характеристик и свойств, отличающих специфику формирования корпоративных связей в театральной среде. Анализ ответов интервьюируемых на вопрос: «Как Вам кажется, применимо ли понятие «корпоративность» к искусству вообще, и к театру, в частности?» позволил выделить три наиболее распространенные позиции:

– признание наличия корпоративных связей в творческом взаимодействии (вариант ответа: «конечно, искусство/театр – это объединение людей, а потому там действуют общие законы солидарности») – 36,8%;

– сомнение в наличии объединяющих корпоративных связей (вариант ответа: «вряд ли, искусство – самобытно, на него не распространяются общие правила и нормы») – 34%;

– признание наличия корпоративных связей вне контекста профессионально-творческой деятельности (вариант ответа: «в отдельных случаях: когда это связано не с творчеством, а с индивидуальными взаимоотношениями между людьми») – 21%.

Укажем на то, что однозначная позиция отрицания, связанная с ответом «Точно нет, корпоративность – символ корпораций» – практически отсутствовала в ответах интервьюируемых (2%). Таким образом, несмотря на присутствие позиций, ставящих под сомнение однозначность наличия корпоративных связей, все же, на наш взгляд, речь здесь идет не об отрицании, а, именно о специфичности их функционирования внутри театрального коллектива. Подтверждением этому можно считать и доминирующую позицию в ответах на вопрос: «Считается, что в театре, в отличие организаций других сфер деятельности, есть особая атмосфера, особый дух, аура. Так ли это?»: «Да, конечно, театр уникальное явление и в нем, безусловно, особая, абсолютно несравнимая ни с чем, атмосфера» (63%).

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:

– указание на уникальность актерского состава как определяющего элемента развития театра;

– 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: «Театр – это искусство коллективное и синтетическое, все равны перед зрителем: и цеха, и артисты, и художественно-постановочная часть».

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.

Кроме того, наглядно проявленной оказывается специфика формирования корпоративной культуры театра в контексте дихотомии «конфликт – согласие». Единство театрального организма базируется (в отличие от традиционных организационных структур) на наличии принципиальной *событийной конфликтности*, связанной с непрерывным поиском новизны, культивированием изменчивости, творческого соперничества (а порой и противостояния) в ролевых позициях: «режиссер – актер», «актер – актер», «актер – публика» и т.д. Данная форма конфликта не предполагает (а, напротив, избегает) стабилизации и контроля; так, наиболее распространенными ответами среди интервьюируемых стали: «Соперничество, конкуренция в театре важна, но, в большей мере, с самим собой, выраженная в желании доказать себе, что ты можешь» (63%) и «Наличие конфликта важно, в этом состоит суть творческого процесса. Без конфликта нет творческого роста» (18,5%).

При этом было бы неверным использовать принцип тотального противопоставления корпоративной культуры в сфере художественной деятельности – иным формам корпоративных связей, принятым в тех или иных организационных структурах. Разумнее вести речь именно о *специфике*, не исключая наличия универсальных оснований корпоративного взаимодействия внутри сообществ. Анализ результатов ответов позволил зафиксировать присутствие стабильных (свойственных большинству корпоративных культур) идентификационных

элементов в исследуемых театрах: мифов и легенд, ритуалов, специфического языка/сленга, знаков и атрибутов принадлежности к учреждению. Указанные компоненты обеспечивают базис социализации: вхождение в сложившейся мир театральных взаимодействий через своеобразные обряды инициации (освоение соответствующего языка, прохождение через ритуалы, почитание легенд, приверженность мистическим и суеверным практикам и т.п.).

Рассматривая актуальное состояние корпоративной культуры театров, нам следует, очевидно, выработать некоторые критерии ее оценки. На наш взгляд, подобными критериями 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 образуют свою конфигуративную композицию – особый способ связи элементов и позволяющий говорить об уникальности корпоративных связей внутри каждого театра.

Заключение

Определяющим исследовательским результатом видится нам обращение к самой проблематике корпоративной культуры в театральных коллективах. Именно о театре в обыденной и профессионально-ориентированной среде говорится как о специфическом, атмосферном пространстве с явно выраженной негативной коннотацией объединяющих связей: «серпентарий единомышленников», «театральные интриги» (вопрос в достаточной мере осмысленный, например, в художественной литературе – «Театр» С. Моэма, «Театральная история» А. Соломонова и другие). И, тем не менее, именно в контексте театральной культуры представлены разнообразные типы корпоративных связей и взаимодействий. Предложенные в данной статье результаты и выводы, безусловно, не исчерпывают всего разнообразия трактовок, но могут выступать в качестве «отправной точки» для дальнейших исследований в заданном направлении.

Библиография

1. Гриднева Е.А. Культурологический подход к проблеме фирменного стиля // Вестник Нижегородского университета им. Н.К. Лобачевского. 2008. №4. С. 278-283.
2. Делез Ж. Переговоры. СПб.: Наука, 2004. 240 с.
3. Дмитриев А.В. Конфликтология. М.: Мир, 2000. 265 с.
4. Зубанова Л.Б. Объединяющие идеи как фактор социокультурной динамики: дис. ... канд. социол. наук. Челябинск, 2002. 177 с.
5. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
6. Магура М.И. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений // Управление персоналом. 2002. №1. С. 18-27.
7. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Питер, 2001. 345 с.
8. Флиер А.Я. Предназначение культуры // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2016. №3 (71). С. 24-31.

Corporationism in the field of theatrical culture: diagnostics of regional space (on the example of south Ural)

Grigorii V. Tsukerman

First Deputy Minister of Culture,
Ministry of Culture of Chelyabinsk region,
454113, 4, Revolyutsii square, Chelyabinsk, Russian Federation;
e-mail: zucker@culture-chel.ru

Abstract

In this article the phenomenon of corporationism is considered from positions of professional self-determination and orientation to corporate culture in the field of art activity. On the basis of studying of a phenomenon of corporationism as object of culturological judgment, specifics of functioning, current state, types of representation and efficiency of development of corporate culture of theaters are proved (on the example of art space of South Ural). The main conclusions of the author are based on the analysis of results of a research – poll creative (actor's troupes) and managerial (directors of theaters) the structures of different theaters of the region (200 respondents). The defining research result is the appeal to the very problematics of corporate culture in theatrical collectives. It is about the theater in the ordinary and professionally oriented environment that is spoken of as a specific, atmospheric space with a clearly expressed negative connotation of unifying links: “serpentarium of like-minded people”, “theater intrigues”. And, nevertheless, it is in the context of theatrical culture that various types of corporate connections and interactions are represented. The results and conclusions proposed in this article certainly do not exhaust the whole variety of interpretations, but they can serve as a starting point for further research in a given direction.

For citation

Tsukerman G.V. (2018) Korporativnost' v sfere teatral'noi kul'tury: diagnostika regional'nogo prostranstva (na primere teatrov yuzhnogo Urala) [Corporationism in the field of theatrical culture: diagnostics of regional space (on the example of south Ural)]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 8 (4A), pp. 73-80.

Keywords

Theater, theatrical culture, corporate culture of theaters, corporationism, integration.

References

1. Cameron K., Quinn R. (2001) *Diagnostika i izmenenie organizatsionnoi kul'tury* [Diagnostics and change of organizational culture]. St. Petersburg: Piter Publ.
2. Deleuze J. (2004) *Peregovory* [Negotiations]. St. Petersburg: Nauka Publ.
3. Dmitriev A.V. (2000) *Konfliktologiya* [Conflictology]. Moscow: Mir Publ.
4. Flier A.Ya. (2016) Prednaznachenie kul'tury [The Purpose of Culture]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts], 3 (71), pp. 24-31.
5. Gridneva E.A. (2008) Kul'turologicheskii podkhod k probleme firmennogo stilya [Cultural Approach to the Problem of Corporate Style]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.K. Lobachevskogo* [Herald of Nizhny Novgorod State University], 4, pp. 278-283.

6. Magura M.I. (2002) Organizatsionnaya kul'tura kak sredstvo uspeshnoi realizatsii organizatsionnykh izmenenii [Organizational culture as a means of successful implementation of organizational changes]. *Upravlenie personalom* [Staff management], 1, pp. 18-27.
7. Spivak V.A. (2001) *Korporativnaya kul'tura: teoriya i praktika* [Corporate culture: theory and practice]. Moscow: Piter Publ.
8. Zubanova L.B. (2002) *Ob"edinyayushchie idei kak faktor sotsiokul'turnoi dinamiki. Doct. Dis.* [Uniting ideas as a factor of socio-cultural dynamics. Doct. Dis.]. Chelyabinsk.