

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра рекламы и социально-культурной деятельности

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Е. А. Ноздренко
«__» _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ
КУЛЬТУРЫ В КЛУБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ г. КРАСНОЯРСКА
51.03.03 Социально-культурная деятельность
51.03.03.01 Менеджмент социально-культурной деятельности

Выпускник	_____	Слащева С.О.
Научный руководитель	_____ канд. культ., доцент	Костылев С.В.
Нормоконтролер	_____	Бугаева Е.А.

Красноярск 2022

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – Особенности формирования корпоративной культуры в клубных учреждениях г. Красноярска. Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 103 страниц, включает в себя 18 таблиц, 13 иллюстраций, а также список использованной литературы, состоящий из 70 источников.

Ключевые слова: КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА, КЛУБНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ, СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, КОЛЛЕКТИВ, СОТРУДНИКИ.

Цель: выявление специфики формирования и функционирования корпоративной культуры в учреждениях культуры клубного типа г. Красноярска.

Задачи: 1. Изучить теоретико-методологические основы корпоративной культуры; 2. Проанализировать деятельность клубных учреждений Красноярска; 3. Выявить специфику корпоративной культуры в клубных учреждениях; 4. Разработать проект, направленный на улучшение корпоративной культуры в клубных учреждениях Красноярска.

Актуальность темы обусловлена необходимостью поиска методов и инструментов организации, поддержания, а также совершенствования процесса формирования корпоративной культуры в клубных учреждениях для качественного развития клубных учреждений. При этом важно сохранять историю, традиции и ценности учреждения.

Основные выводы и результаты исследования:

1. Работники отождествляют себя с клубным учреждением, радуются за победы учреждения как за свои успехи.
2. Авторитарный стиль управления негативно влияет на корпоративную культуру в ДК т.к. сотрудники не чувствуют доверия.
3. В клубном учреждении не развита культура знакомства с ценностями, миссией и историей ДК.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ.....	8
1.1 История возникновения и сущность корпоративной культуры.....	8
1.2 Корпоративная культура в клубных учреждениях г. Красноярска	18
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	32
2 ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В КЛУБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ.....	33
2.1 Особенности формирования системы корпоративной культуры в клубном учреждении культуры на примере муниципального автономного учреждения «Красноярский городской Дворец культуры»	33
2.2 Проектное решение по совершенствованию процесса формирования корпоративной культуры в клубном учреждении	54
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	64
ПРИЛОЖЕНИЕ А	70
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	71
ПРИЛОЖЕНИЕ В	72
ПРИЛОЖЕНИЕ Г	73
ПРИЛОЖЕНИЕ Д	74
ПРИЛОЖЕНИЕ Е.....	77
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж	82

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования заключается в том, что сейчас, в условиях модернизации и развития клубных учреждений, особую роль приобретает формирование корпоративной культуры. Благодаря корпоративной культуре, коллектив становится более сплоченным. Деятельность внутри коллектива, при сформированной корпоративной культуре, становится более управляемой. Таким образом, мы можем сказать, что корпоративная культура обладает организационным потенциалом. Также корпоративная культура обладает мотивирующим и объединяющим потенциалом, так как оптимизирует технологии как human resources менеджмента, так и социально-культурного менеджмента. Корпоративная культура во многом улучшает социально-психологический микроклимат, способствует активизации креативных, творческих и профессиональных навыков, а также минимизации конфликтных ситуаций.

Согласно данным Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года, утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 29 февраля 2016 г. № 326-р (редакция от 30 марта 2018 г.), несмотря на сокращение числа культурно-досуговых учреждений с 73,2 тыс. единиц до 36,9 тыс. единиц с 1990 г. по 2014 г., количество клубных институций выросло на 130% с 1995 г. по 2014 г., а численность участников клубных институций выросла на 130% и составила в 2014 г. 6,2 млн. человек.

Если рассматривать концепцию развития клубного дела в Красноярском крае до 2030 года от 26.06.2021 № 11, можно увидеть, что правительственными решениями подчеркивается значимость корпоративной культуры. Также есть дополнительные направления: 1. Программы развития отдельных организаций, региональные корпоративные проекты 2. Подготовка квалифицированных творческих и руководящих работников клубных учреждений края 3. Совершенствование и развитие содержательной деятельности.

Актуальность темы обусловлена необходимостью поиска методов и инструментов организации, поддержания, а также совершенствования процесса формирования корпоративной культуры в клубных учреждениях, для эффективной, быстрой, и качественной модернизации клубных учреждений. При этом важно сохранять историю, традиции и ценности учреждения.

Степень изученности проблемы

Понятие корпоративной культуры рассматривают такие авторы, как Т. Ю. Базаров, К. Шольц, Феган Барри, Н.Е. Тарасова, В.В. Козлов, А.А. Козлова, Г. Морган, М. Луис, А. Петтигрю, С. Робинсон, У. Оучи, Т. Питере, Р. Уотерман, Ф. Джеймсон, К. Кейси, В. Сате, М. Альвессон, Т. Саффолд.

Экономико-управленческий аспект корпоративной культуры освящен в научных работах таких авторов, как Г.Л. Тульчинский, Л.И. Рудич, А.З. Алейник, И.П. Бойко, Ф.Ф. Рыбаков, Б.Ю. Сорочкин, И.А. Столяров, Б.Б. Афинян, И.М. Болотников.

Подходы к проблеме управления персоналом нашли отражение в теориях А. Маслоу, В. Врумма, Д. Мак-Грегора, Л. Лайкерта, К. Левина, Ф. Герцберга, Д. Макленда. В основе концепций данных авторов все подходы ориентированы на обеспечение успешного функционирования корпоративной культуры в организациях сферы досуга, несмотря на то, что все методологические подходы различны.

О подходах, рассматривающих корпоративную культуру пишет Павловская С. Н.

Различные аспекты проблемы корпоративной культуры рассмотрены и в исследованиях отечественных авторов: Э. А. Капитонова, В. В. Козлова, А. А. Козловой, Р. Кричевского, Т.И. Рогозиной, В. В. Томилова и других.

Объект исследования: корпоративная культура в клубных учреждениях г. Красноярска.

Предмет исследования: особенности формирования корпоративной культуры.

Цель исследования: выявление специфики формирования и функционирования корпоративной культуры в учреждениях культуры клубного типа г. Красноярске.

Задачи исследования:

1. Изучить теоретико-методологические основы корпоративной культуры;
2. Проанализировать деятельность клубных учреждений Красноярска;
3. Выявить специфику корпоративной культуры в клубных учреждениях;
4. Разработать проект, направленный на улучшение корпоративной культуры в клубных учреждениях Красноярска.

Методологические основы работы:

- системный подход, который был использован при анализе корпоративной культуры в клубных учреждениях;
- концепция постнеклассической науки В.С. Степина;
- теория и практика клубной деятельности как основа изучения организации работы внутри ДК;
- социокультурный подход в контексте формирования корпоративной культуры в домах культуры.

Гипотеза работы: гипотеза исследования заключается в предположении, что система формирования корпоративной культуры в клубном учреждении эффективна при условии комплексной реализации игровых, просветительных и коммуникативных технологий.

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования: практическая значимость состоит в том, что результаты исследования позволяют углубить теоретико-методологические представления о корпоративной культуре в клубных учреждениях, как о важном самостоятельном системном компоненте функционирования. Материалы и выводы исследования могут быть использованы в разработке

проектов, направленных на модернизацию, формирование и укрепление корпоративной культуры в клубных учреждениях.

Апробация результатов исследования. Основные положения и выводы, полученные в ходе исследования, были представлены на конференциях:

Всероссийская (национальная) научно-практическая конференция «Профессиональное самоопределение молодёжи инновационного региона: проблемы и перспективы».

Всероссийская научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых учёных в рамках XXIII Международного научно-практического форума студентов, аспирантов и молодых учёных «МОЛОДЁЖЬ И НАУКА XXI ВЕКА».

Содержание работы: бакалаврская работа состоит из введения, двух основных глав (4 параграфов), проекта, заключения, списка использованной литературы и приложения. Объём работы составил 104 страницы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

1.1 История возникновения и сущность корпоративной культуры.

Для качественного анализа корпоративной культуры в клубных учреждениях, важно знать теоретические основы корпоративной культуры. В научной литературе можно найти большое количество определений корпоративной культуры, у них есть как сходства, так и различия. Мы выделили четыре определения разных авторов, которые, на наш взгляд, показывают отличия подходов и понимания корпоративной культуры, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Определения корпоративной культуры

Определение	Автор	Методологический подход
Корпоративная культура – сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемых всеми членами конкретной организации, и задающий общие рамки поведения, принимаемые большей частью организации. Проявляется в философии и идеологии управления, ценностных ориентациях, верованиях, ожиданиях, нормах поведения. Регламентирует поведение человека и дает возможность прогнозировать его поведение в критических ситуациях ¹ .	Т. Ю. Базаров	Синергетический
Корпоративная культура – это совокупность правил и ценностей, устоявшихся в организации, которые были приобретены компанией в процессе адаптации к внешней и внутренней средам.	Н.Е. Тарасова	Аксиологический

¹ Базаров, Т. Ю. Управление персоналом развивающейся организации [Текст] / Т. Ю. Базаров. — М.: Академия, 2015. — 320 с.

Окончание таблицы 1

<p>Корпоративная культура - набор наиболее важных положений, принимаемых членами организации и выражающихся в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий.</p>	<p>В. А. Спивак</p>	<p>Ценностно-ориентированный</p>
<p>Корпоративная культура – система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентификации работников с предприятием и перспективами его развития.</p>	<p>В.В. Козлов, А.А. Козлова</p>	<p>Системный</p>

Итак, первый подход, который мы определили при анализе понятий корпоративной культуры, это – синергетический подход. Данный подход подразумевает совокупность идей, понятий, и методов. В определении Базарова прослеживается сразу несколько подходов: поведенческий, нормативный и религиозный, что создаёт совокупность идей. Именно поэтому определение Базарова мы относим к синергетическому подходу.

Далее, как ещё один методологический подход к дифференциации корпоративной культуры, мы выделили аксиологический подход. Данный подход позволяет рассматривать корпоративную культуру через систему ценностей. Автор пишет, что корпоративная культура – это совокупность правил и ценностей, а аксиология, в переводе с древнегреческого, – *axios* - ценность и *logos* - учение. Поэтому мы считаем, что это аксиологический подход.

Следующее определение В. А. Спивака. В данном определении мы выделяем ценностно-ориентированный подход. Данный подход заключается в организации деятельности, получения или использования результатов с позиции тех или иных ценностей.

Последнее определение мы относим к системному подходу. Данный подход рассматривается в качестве совокупности взаимосвязанных компонентов. В данном определении авторы перечисляют различные составляющие, которые включают в понятие корпоративной культуры.

Ещё есть другие подходы, рассматривающие корпоративную культуру, такие как: феноменологический, прагматический, постмодернистский, экономический. Данные подходы к пониманию корпоративной культуры подробно рассматривает Павловская С. Н. (Приложение А).

А.Й. Эллейр и М.Е. Фирсироту, в рамках культурно-антропологического подхода, полагают, что культура является результатом системных взаимоотношений между тремя составными частями организации², представленными в таблице 2.

Таблица 2 – Составляющие части организации

Название системы	Что входит
Социокультурная система	Структура, стратегии, политика, процессы менеджмента, а также вспомогательный компонент, формирующийся на основе функционирования и реалий организации, таких, например, как цели, структура полномочий, вознаграждение, мотивация.
Культурная система	Экспрессивное (выразительное) и эмоциональное измерения организации в системе разделяемых и наполненных внутренним смыслом символов, проявляющихся в виде легенд, идеологии и внутренних ценностей, а также множества культурных артефактов.

² Allaire Y., Firsirotu M. E. Theories of Organizational Culture // Organization Studies. 1984. Vol. 5. P. 193–226;

Окончание таблицы 2

Индивидуальные деятели	Выступающие в качестве «вкладчиков» и «получателей» в организационную культуру, поскольку они «стремятся создать целостную картину, которая ориентировала бы их в потоке происходящих в организации событий»
------------------------	--

Из рассмотренных выше подходов для изучения корпоративной культуры в клубных учреждениях, нами выделен «системный», авторами которого являются В.В. Козлов и А.А. Козлова. Авторы перечисляют составляющие, на которые мы предлагаем ориентироваться, при анализе корпоративной культуры в клубных учреждениях:

- формальные и неформальные правила и норм;
- обычаи и традиции;
- общие интересы;
- особенности поведения работников;
- стиль руководства;
- условия труда;
- уровень взаимного сотрудничества;
- идентификация работников с предприятием и перспективами его

развития.

Таким образом, определения корпоративной культуры можно рассматривать с точки зрения разных методологических подходов. Составив и рассмотрев классификации, мы можем сделать вывод, что определения разных авторов можно группировать в зависимости от того, какой методологический подход они берут за основу, тем самым создавая классификацию. Наиболее соответствующий для рассмотрения корпоративной культуры, по нашему мнению, является системный подход, который рассматривают В.В. Козлов и А.А. Козлова.

Углубляясь в историю формирования корпоративной культуры, стоит отметить, что ещё в средневековых гильдиях в профессиональных сообществах были определены нормы и правила поведения. Необходимо отметить, что нарушение норм и правил внутри профессиональных сообществ могли быть причиной исключения из членства. Также сообщества уже в то время имели внешние атрибуты, как правило, связанные с тайными символами принадлежности к сообществу, аксессуарами, покроем и цветом одежды, поведенческими знаками. Благодаря таким особенностям, члены сообществ могли отличать «своих» от «чужих».

Понятие «корпоративная культура» впервые ввёл в XIX веке Хельмут фон Мольтке, который является военным теоретиком и генералом. Он зародил основы корпоративной культуры путем применения функционального принципа. В XIX веке в Германии термином «корпоративная культура» использовали описание взаимоотношений между офицерами. Эти взаимоотношения приобретали как гласные, так и негласные правила. Всё строго отслеживалось, именно поэтому офицер, нарушивший регламент, мог лишиться высокого звания³.

Дальнейшее развитие понятия происходит во второй трети XX столетия, оно позиционируется как совокупность принятых организацией социальных норм (М. Шериф), особый климат (К. Левин, Г. Липпитт, У.Х. Уайт), неформальная культура организации (К. Арджирис). Затем англичане создали термин *dress code*, который сейчас считается одной из составляющих корпоративной культуры. *Dress code* включает в себя систему определенных знаков, цветосочетаний и форм, оповещающих о социальной и профессиональной принадлежности человека, а также о корпоративном объединении, в которое он входит.

Учёные из США впервые заинтересовались корпоративной культурой в тридцатых годах XX века. Они понимали, что есть факторы, которые

³ Андреева, И. В. Организационная культура / И. В. Андреева, О. Б. Бетина. — СПб. : СПбГИЭУ, 2011. — 293 с.

напрямую влияют на эффективность работы. Спустя множество экспериментов и наблюдений было выявлено, что политика классического менеджмента зачастую не влияет на коллектив. Фундаментальными оказались социальные и психологические факторы. Узнав об этих выводах, Элтон Мэйо пришёл к тому, что работнику необходимо осознавать своё существование в организации и знать, какую роль он играет в этой организации.

На рубеже 60-70-х гг. XX в. формируется теория корпоративной культуры как «открытой системы» управления адаптацией организации в изменяющейся среде (Клиффорд Гирц). Проблематика формирования корпоративной культуры организации сферы досуга приобрела особую актуальность на рубеже 1980-1990-х гг. в контексте смены парадигмы, а также перестройки содержания и организационных условий деятельности досуговых учреждений. В начале 80-х годов в ряде исследований У. Оучи, Т. Питерса, Р. Уотермена, Т. Дила и А. Кеннеди на примере крупнейших корпораций США, демонстрировались преимущества компаний с единой идеологией. На смену исчерпавшего себя унифицированного, командно-административного стиля руководства учреждениями сферы досуга пришли инновационные управленческие технологии, важнейшей составляющей которых стала корпоративная культура. Таким образом, мы можем выделить условно исторические этапы формирования системы научных взглядов на корпоративную культуру, которые подробно представлены в таблице 3.

Таблица 3 – исторические этапы формирования концепции корпоративной культуры

Период	Особенности формирования взглядов на корпоративную культуру.
XIX век	Понятие «корпоративная культура» ввел военный теоретик Хельмут фон Мольтке.
1930 г.	Учёные из США впервые заинтересовались корпоративной культурой.

Окончание таблицы 3

1960-1970	Формируется теория корпоративной культуры как «открытой системы» управления адаптацией организации в изменяющейся среде.
1970 г.	Понятие корпоративной культуры организации не было введено, но использовалось косвенно.
1970-1980г.	Культура стала применяться к организации. Также использовались термины антропологии в организационном анализе.
1980-1993г.	Концепция корпоративной культуры развивается в теории организации и интерпретируется научным сообществом.
1993-2002 г.	Формирование корпоративной культуры и её активное исследование в России. Появление диссертаций, монографий, исследований корпоративной культуры.
С 2002 по настоящее время	Применение теоретических исследований в практической деятельности.

Алёшина И.В. писала, что корпоративная культура - это междисциплинарное направление исследований, которое находится на стыке нескольких областей знания⁴, таких как:

1. Менеджмент. От английского «management» — управление. Благодаря качественному менеджменту повышается эффективность работы через разные методы и формы.
2. Корпоративное поведение, которое позволяет регулировать нормы поведения в коллективе.
3. Социология, которая рассматривает коллектив как социум, в котором оказывается человек, для выстраивания совместной жизни внутри коллектива.
4. Психология – это та область знания, которая поможет выявить потребности и мотивацию сотрудников, определить причину конфликтов и их решение, а также сформировать прочный фундамент из человеческих отношений внутри коллектива.

⁴ Алешина, И.В. Паблик Рилейшнз для Менеджеров. Курс лекций / И.В. Алешина. - М. : Мир, 2014. С. 302.

5. Культурология, на ее основе можно структурировать как таковую корпоративную культуру в единую методику, которая подходит конкретному учреждению культуры.

Уникальность корпоративной культуры заключается в том, что она объединяет в себе разные дисциплины. Поэтому при рассмотрении понятия «корпоративная культура» могут возникать сложности познавательного плана, а, с другой стороны, это возможность грамотно и эффективно использовать знания на практике.

Камерон К. и Куинн Р. писали, что для качественного понимания процессов формирования корпоративной культуры наиболее важны первичные механизмы, так как они действуют непосредственно, а вторичные факторы существенны для понимания механизмов и приемов управления культурой в компаниях⁵.

К первичным факторам относятся следующее:

1. Точки концентрации внимания высшего руководства. Важно понимать, что объект, который обсуждают руководители и на котором заостряют внимание, постепенно превращается в предмет внимания большинства сотрудников организации социально культурной среды. Таким образом, предмет включается в число норм, на основе которых формируется поведение специалистов социально-культурной деятельности.

2. Реакция руководства на критические ситуации, возникающие в организации сферы культуры и досуга. Формирование ценностей организации также зависит от того, как руководители подходят к разрешению проблем.

3. Отношение к работе и стиль поведения руководителей. Руководители занимают особое положение в организации, они являются примером, эталоном, ведь на них обращено повышенное внимание

⁵ Камерон Ким С. Диагностика и изменение организационной культуры / Ким С. Камерон, Роберт Э. Куинн; [Пер. с англ. А. Токарева под науч. ред. И.В. Андреевой]. – СПб. : Питер, 2001. – 310 с.

сотрудников, следовательно, стиль их поведения и отношение к работе будут сразу же считываться, и перениматься другими сотрудниками.

4. Критерии оценки деятельности, учитываемые при поощрении сотрудников. Сотрудники организации социально-культурной сферы должны понимать, за что они получают вознаграждение либо наказание, таким образом, они формируют для себя представление о системе приоритетов и ценностей.

Далее рассмотрим группу вторичных факторов:

1. Организационная структура управления. В зависимости от типа структуры, процента ответственности, делегирования, распределения работ между подразделениями и отдельными сотрудниками, у работников формируется впечатление о доверии руководства.

2. Система передачи информации и информационные процедуры. В организации социально-культурной сферы поведение сотрудников регламентируется различными процедурами и нормами. Их регулярность и повторяемость создают определенный климат в организации.

3. Внешний и внутренний дизайн, оформление помещения, в котором располагается организация, способы размещения специалистов социально-культурной деятельности создают общий настрой и определенное представление о ценностях и ориентирах данной организации.

4. «Мифы» и истории о важнейших событиях и отдельных лицах, сыгравших ранее или играющих главную роль на определенном отрезке жизни организации социально культурной сферы. Через мифы могут передаваться традиции, тем самым формируя фундаментальные устои организации.

5. Формализованные положения о философии, смысле существования организации сферы культуры и досуга, сформулированные в виде принципов, кредо и должным образом доведенные до каждого специалиста социально-культурной деятельности, способствуют

формированию корпоративной культуры, адекватной миссии организации сферы культуры и досуга.

Таким образом, углубившись в историю происхождения понятия корпоративная культура, можно сделать вывод, что она существовала даже в средневековых гильдиях, где как такового определения корпоративной культуры не было, но были фундаментальные особенности, которые позволяли дисциплинировать членов определенного сообщества, а также давали возможность отличать «своих» от «чужих».

Были рассмотрены определения корпоративной культуры разных авторов и классифицированы, в зависимости от того, какой методологический подход они берут за основу. Важно отметить, что каждый автор на первый план выводит разные методы формирования корпоративной культуры, однако цели остаются едиными – это формирование имиджа организации и сплоченности коллектива. Также научной новизной является то, что мы предлагаем анализировать корпоративную культуру, используя системный подход, который включает в себя: формальные и неформальные правила и нормы; обычаи и традиции; общие интересы; особенности поведения работников; стиль руководства; условия труда; уровень взаимного сотрудничества; идентификация работников с предприятием и перспективами его развития.

Можно сделать вывод, что корпоративная культура – это совокупность ценностей и правил, которые поддерживают духовную составляющую команды, для эффективной и качественной работы организации. Корпоративная культура живет в единой атмосфере, посредством которой передаются ценности, определённые правила поведения и способы взаимодействия. Важно отметить, что правительственными решениями подчеркивается значимость корпоративной культуры.

1.2 Корпоративная культура в клубных учреждениях г. Красноярска

Под клубным учреждением понимается организация, основной деятельностью которой является представление населению разнообразных услуг социально-культурного, просветительского, оздоровительного и развлекательного характера, создание условий для развития любительского и художественного творчества. Клубные учреждения существуют разных типов: дома и дворцы культуры, дома (центры) народного творчества, центры культуры и досуга, центры культурного развития, культурно-досуговые центры. В концепции развития клубного дела в Красноярском крае до 2030 года прописан понятийный аппарат, где раскрываются определения, необходимые для понимания сферы клубных учреждений⁶.

В Красноярске функционирует пять муниципальных учреждений культуры клубного типа:

1. Муниципальное автономное учреждение «Красноярский городской Дворец культуры», Октябрьский район;
2. Муниципальное автономное учреждение «Правобережный городской дворец культуры», Ленинский район;
3. Муниципальное автономное учреждение «Городской Дворец культуры «Кировский», Кировский район;
4. Муниципальное автономное учреждение культуры «Дворец культуры «Свердловский», Свердловский район;
5. Муниципальное автономное учреждение «Дворец культуры имени 1 Мая», Ленинский район.

И два краевых:

1. Краевое государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный центр народного творчества Красноярского края», Центральный район;

⁶ Концепция развития клубного дела в Красноярском крае до 2030 года // Государственный центр народного творчества Красноярского края: официальный сайт. – 2021. – URL: <https://krasfolk.ru/metodicheskij-kabinet/kontseptsiya>

2. Краевое государственное автономное учреждение культуры культурно-социальный комплекс «Дворец Труда и Согласия им. А.Н. Кузнецова». Несмотря на то, что с августа 2007 года Дворец труда из учреждения клубного типа преобразован в культурно-социальный комплекс «Дворец Труда и Согласия» и получил статус краевого государственного бюджетного учреждения культуры, оно является клубным учреждением. Находится в Советском районе.

Все клубные учреждения ведут свою деятельность по четырём приоритетным направлениям: культурно-просветительская деятельность, культурно-досуговая деятельность, деятельность по сохранению традиционной народной культуры, Развитие жанров народного художественного творчества. Ниже в таблице 4, мы раскрыли каждое из направлений.

Таблица 4 – Приоритетные направления клубных учреждений

Направление	Описание
Культурно-просветительская деятельность	Основной задачей данного направления является приобщение человека к мировой и отечественной культуре, а также сохранение, распространение и приумножение культурных, духовно-нравственных и эстетических ценностей, накопленных человечеством.
Культурно-досуговая деятельность	Данное направление ориентировано на различные категории населения, заключается в организации проектов и мероприятий, направленных на удовлетворение духовных, эстетических, интеллектуальных и других потребностей населения в сфере культуры и досуга.
Деятельность по сохранению традиционной народной культуры	Данное направление способствует росту национального самопознания за счет использования инструментов этнической идентификации населения.
Развитие жанров народного художественного творчества	Это направление помогает сохранению и популяризации национальных художественных традиций.

Важно выделить основные направления развития клубного дела в Красноярском крае до 2030 года⁷. Мы раскрыли, как данные направления могут быть реализованы через грамотно организованную корпоративную культуру:

1. Обеспечение учреждений культуры клубного типа квалифицированными кадрами. Данное направление можно реализовать, если работники сами захотят идти в учреждение культуры. Для этого необходимо организовать комфортные рабочие условия, внедрить традиции и правила, которые будут поддерживать и заряжать сотрудников, и, что немаловажно, об этом нужно рассказывать. Трансляция информации может осуществляться на сайте и в социальных сетях учреждения, а также на специализированных площадках для поиска работы. Ещё необходимо организовать стабильные занятия, повышающие квалификацию кадров. Это могут быть мастер-классы, лекции, практическая реализация проектов.

2. Развитие сети учреждений культуры клубного типа. Развитие происходит тогда, когда развиваются сотрудники, когда они друг друга слышат, понимают и взаимодействуют исходя из общепринятых норм. Организованная корпоративная культура в клубных учреждениях и за его пределами может обеспечить грамотную коммуникацию, которая обеспечит более быстрое развитие.

3. Совершенствование подходов к содержанию деятельности учреждений культуры клубного типа. Данное направление также реализуется благодаря сотрудникам. Чтобы реализация была наиболее эффективной, необходимо развивать креативное мышление кадров, повышать их навыки, показывать другие пути решений, учиться и брать пример из рабочих кейсов.

4. Сохранение и популяризация культурного наследия народов, населяющих Красноярский край, содействие развитию самодеятельного

⁷ Концепция развития клубного дела в Красноярском крае до 2030 года // Государственный центр народного творчества Красноярского края: официальный сайт. – 2021. – URL: <https://krasfolk.ru/metodicheskij-kabinet/kontseptsiya>

творчества. Данное направление может реализовываться через новые и модернизированные проекты, где работают на разные целевые аудитории. А создавать новые проекты может сплоченная команда, у которой есть свои правила коммуникации.

5. Модернизация инфраструктуры клубных учреждений Красноярского края. Для этого необходима инициатива и финансирование. Если корпоративная культура развита качественно, тогда реализация проектов происходит на высоком уровне, это видят, об этом знают, именно поэтому готовы финансировать новые проекты и модернизацию инфраструктуры в том числе.

Таким образом, мы понимаем, что на развитие каждого направления могут повлиять работники клубного учреждения. Но чтобы реализация проектов была эффективной, важно развивать самих сотрудников, в чем непосредственно может помочь корпоративная культура. Мы думаем, что за развитием корпоративной культуры идет непосредственно развитие самого клубного учреждения. А когда учреждение развивается, оно способно адаптироваться к изменяющимся социокультурным условиям. Е. В. Выгузова, исследователь клубной жизни России в конце XVIII – начале XX вв., объяснила это «готовностью клубного пространства к постоянной трансформации». И трансформация происходит до сих пор в ногу со временем.

С пониманием того, что корпоративная культура необходима для развития клубного учреждения, мы выделяем систему организационно-педагогических условий формирования корпоративной культуры:

1. Важно наличие сильной управленческой команды.
2. Ценности и базовые представления о корпоративной культуре должны быть оформлены в единую систему, которая поддерживается всеми сотрудниками учреждения.

3. Также необходимо, чтобы сотрудники понимали цели и задачи профессиональной деятельности организации сферы досуга, а также её предназначение.

4. Открытость в общении между руководством и сотрудниками для обсуждения возникающих проблем и их оперативного решения, а также анкетирование сотрудников и мониторинг их деятельности.

5. Поддержание у сотрудников уверенности в будущем.

6. Создание и использование фирменного стиля.

7. Демонстрация заинтересованности руководства в людях, осуществление политики патернализма по отношению к сотрудникам организации сферы досуга.

8. Своевременное информирование всех сотрудников о планах, ближайших проектах, успехах, возникающих проблемах и перспективах развития учреждения.

9. Поддержание у сотрудников уверенности в будущем.

10. Мотивация сотрудников за счет проведения мотивирующих мероприятий, формирующих корпоративный дух работников, основанный на базовых ценностях организации.

11. Создание комфортной рабочей среды, обеспечение карьерного роста и ротации персонала, публичное поощрение сотрудников, достигших наилучших результатов в работе.

12. Внедрение и приумножение традиций, популяризация корпоративных праздников, спортивных соревнований, досуговых программ и т.п.

Также, взяв за основу жизненный цикл организации, мы предлагаем анализировать, на каком этапе находится корпоративная культура в клубном учреждении. В таблице 5 описаны этапы жизненного цикла корпоративной культуры.

Таблица 5 – Этапы жизненного цикла корпоративной культуры

№	Этап	Описание этапа
1.	Становление	Это этап, когда корпоративная культура только начинает зарождаться, формируются правила, ценности, айдентика, условия труда, стиль руководства.
2.	Развитие	На этапе роста появляются общие интересы, особенности поведения работников, отличительные особенности клубного учреждения.
3.	Зрелость	Это стабильный этап, где сформирован высокий уровень взаимного сотрудничества, где работники идентифицируют себя с клубным учреждением и его развитием.
4.	Упадок или новый рост	Данный этап несет за собой обновление, но в зависимости от того, как к данному этапу подготовится или не подготовится руководство, может произойти упадок, или новый рост.

Формирование корпоративной культуры является длительным процессом. Если корпоративная культура сформирована, то сразу будет заметна вовлеченность сотрудников в рабочий процесс. В этом случае сотрудники вдохновляются атмосферой на работе и окружающими людьми, которые так же мотивируют на продуктивную работу. Устойчивость корпоративной культуры связана с таким общим свойством, как традиционность ее норм и институтов, что напрямую влияет на имидж и репутацию учреждения. Становление любой корпоративной культуры требует огромных усилий и большого количества времени со стороны руководителей.

Одним из существенных для понимания процессов формирования корпоративной культуры является понятие «команда»⁸. Так как одной из задач корпоративной культуры является сплочение коллектива и настройка рабочих процессов.

Фундаментом корпоративной культуры становятся идеи и ценности, которые не просто прописаны в кодексе учреждения, но и соблюдаются

⁸ Павловская, С. Н. Основные механизмы формирования корпоративной культуры в организациях социально-культурной сферы / С. Н. Павловская // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 10(102). – С. 182-186.

сотрудниками организации. Из ценностей вытекает локальная коммуникация (общение между всеми сотрудниками), которой обладает каждая организация. Внешние атрибуты не имеют ценности без понимания ценностей компании.

Ядром корпоративной культуры учреждения сферы досуга являются совместные ценности, среди которых выделяют ценности благосостояния, моральные ценности и ценностные ориентации индивида. Наиболее значимыми ценностями корпоративной культуры учреждений досуга являются: стиль руководства, система делегирования полномочий и ответственности, единая форма распространения и обмена информацией, характер социализации сотрудников, способы разрешения возникающих конфликтов, стандарты объективной оценки результативности работы индивида и творческого коллектива.

В передаче корпоративной культуры, особенно новым работникам, важны механизмы подражания, прежде всего формальным и неформальным лидерам групп и компании в целом. Эти люди выступают «личностными образцами», «образцами, выступающими как предмет притязаний»⁹.

К внутренним составляющим относятся:

1. Ценности.
2. Традиции и ритуалы.
3. Нормы и правила поведения.
4. Культура управления, включающая методы управления, стили руководства, профессионализм, лидерство и имидж руководителя.
5. Культура личности специалиста (творческо-профессиональный потенциал, свойства личности, нравственная культура, мотивация трудовой деятельности специалиста социально-культурной деятельности).

⁹Павловская, С. Н. Основные механизмы формирования корпоративной культуры в организациях социально-культурной сферы / С. Н. Павловская // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 10(102). – С. 182-186.

б. Культура общности трудового коллектива (взаимопомощь и выручка сотрудников, психологический климат, чувство коллективизма, разделяемые членами коллектива убеждения).

Корпоративная культура в клубных учреждениях напрямую связана с коммуникативной культурой клуба. Коммуникативная культура выполняет функцию базового основания идеальной культуры клуба как социокультурной организации, включающей идеальные образы: смыслы, ценности, социальные нормы, социальные ориентиры, и находящейся в диалектическом единстве с материальной культурой клуба (вещи, материально-вещественная предметная деятельность, материально-предметные отношения и пр.), создаваемой в процессе воспроизводства культуры, духовных ценностей, человеческого и социального капиталов.

Следует отметить, что далеко не всегда демонстрируемые и пропагандируемые членами команды корпоративные нормы и ценности в действительности являются и их личными убеждениями. У членов команды, как показывает И. Гофман, обычно есть секреты от публики, от рядовых сотрудников, которые известны лишь членам команды и охраняются ими сообща. Поэтому в отношениях членов команды обычно развиваются особая солидарность и дружеская фамильярность посвященных. Тем не менее, действует ли команда на основе подлинных убеждений, или же искусно играет свою роль, хорошо организованная и сплоченная, она способна достаточно быстро сформировать или трансформировать основные составляющие корпоративной культуры организации сферы культуры и досуга.

Важно рассмотреть стили управления, которые непосредственно влияют на корпоративную культуру, так как в зависимости от стиля управления, формируется атмосфера внутри коллектива, а также выстраиваются либо стираются границы между руководителем и сотрудниками. Есть три основных стили руководства по степени свободы работников, которые выделяет Курт Левин: авторитарный, демократический

и либеральный, их описание можно посмотреть в таблице 6. Каждый из перечисленных стилей может встречаться в учреждении клубного типа.

Таблица 6 – Стили руководства

№	Стиль руководства	Описание
1.	Авторитарный	В данном стиле руководитель держит дистанцию по отношению к коллективу, решения принимаются единолично. Руководитель такого типа властен, требователен, не выносит критики.
2.	Демократический	Руководитель поддерживает с работниками товарищеские отношения, не допуская при этом фамильярности. Стремится разделить власть между собой и подчиненными, при принятии решений учитывает мнение коллектива, стремится контролировать только конечный результат, не вдаваясь в подробности процесса.
3.	Либеральный	Руководитель такого типа максимально ориентирован на поддержание неформальных отношений с сотрудниками, делегирование им полномочий и ответственности.

Следующими составляющими на пути к формированию корпоративной культуры являются её элементы. Они образуют устойчивую структуру, которая является совокупностью элементов корпоративной культуры организации. Элементы корпоративной культуры мы рассматриваем, опираясь на подход Степина к классификации типов научных исторических картин мира, которые обозначаются как классический, неклассический и постнеклассический. Таким образом, мы выделили классификацию корпоративной культуры в клубных учреждениях:

1) Классический подход в нашем видении раскрытия корпоративной культуры можно понимать как упрощенный вариант, простую систему, в которой собраны основные составляющие, необходимые для дальнейшего выстраивания корпоративной культуры, в таблице 7 описан классический

подход, который включает в себя: персонал, коммуникации, место, и базовые ценности.

Таблица 7 – Классический подход в понимании корпоративной культуры

Название	Описание
Personnel – Персонал	В любом учреждении во главе угла стоит человеческий ресурс. Без персонала не будет корпоративной культуры.
Communication – Коммуникации	Налаженные «коммуникации», связанные как с внутренней, так и с внешней политикой учреждения, являются показателем наличия корпоративной культуры.
Place – Место	К классическому подходу мы также относим «место», т.е. само учреждение, внутри которого создается корпоративная культура. Место должно быть комфортным для работы, безопасным, чистым.
Basic values - Базовые ценности	В базовых ценностях мы рассматриваем ценности сотрудников, которые приходят устраиваться на работу в клубное учреждение. Важно, чтобы ценности потенциального сотрудника гармонизировали с ценностями других сотрудников, руководящего состава, а также гармонизировали с миссией учреждения.

2) Неклассический. В данном подходе остаются составляющие классического подхода, и к ним добавляются четыре составляющих, которые помогают модернизировать подход к корпоративной культуре в клубных учреждениях. Данный подход описан в таблице 8.

Таблица 8 – Неклассический подход в понимании корпоративной культуры

Название	Описание
Personnel – Персонал	В любом учреждении во главе угла стоит человеческий ресурс. Без персонала не будет корпоративной культуры.
Communication – Коммуникации	Налаженные «коммуникации», связанные как с внутренней, так и с внешней политикой учреждения, являются показателем наличия корпоративной культуры.

Окончание таблицы 8

Place – Место	К классическому подходу мы также относим «место», т.е. само учреждение, внутри которого создается корпоративная культура. Место должно быть комфортным для работы, безопасным, чистым.
Basic values - Базовые ценности	В базовых ценностях мы рассматриваем ценности сотрудников, которые приходят устраиваться на работу в клубное учреждение. Важно, чтобы ценности потенциального сотрудника гармонизировали с ценностями других сотрудников, руководящего состава, а также гармонизировали с миссией учреждения.
Purpose – Цель	«Цель» мы рассматриваем на трёх уровнях: Цель компании, цель коллектива, личная цель. Работа корпоративной культуры в таком случае нацелена на то, чтобы сотрудники понимали все три перечисленных уровня, и использовали их в работе. Также важно, чтобы руководство тоже понимало, какая цель у сотрудника, и что его мотивирует.
Dress code – Стиль	«Стиль» является визитной карточкой учреждения культуры, и тем, чем учреждение отличается от других в визуальном восприятии.
Reputation – Репутация	Под репутацией мы подразумеваем историю деятельности учреждения, которая уже есть, и которая создается. Это то, что непосредственно влияет на восприятие учреждения потенциальными сотрудниками, гостями, партнерами. Важно, чтобы сотрудники знали историю учреждения и понимали, что каждое решение несет за собой последствия, которые влияют на репутацию. Важно, чтобы сотрудники понимали важность принимаемых решений.
Image - Имидж	Имидж - это то, как воспринимается бренд. Мы включаем 5 элементов общего образа: - Имидж бренда; - Ассоциативный имидж; - Имидж пользователя; - Имидж пользования; - Имидж товара. В имидж учреждения включаем: -Имидж потребителя; -Внутренний имидж; -Имидж основателя-руководителя; -Имидж персонала; -Визуальный имидж; -Социальный имидж.

3) Постнеклассический подход в нашем понимании раскрытия корпоративной культуры – это развивающиеся системы, то, что помогает уйти от привычных рамок и шаблонов. Именно поэтому в данном подходе появляется абсолютно новые элементы, такие как: креативные подход, технологии, документация, обучение. Описание данного подхода в таблице 9.

Таблица 9 – Постнеклассический подход

Название	Описание
Creative approach Креативный подход	- Под креативным подходом мы подразумеваем нестандартные решения в управлении, организации деятельности сотрудников. Создание проектов, которые несут за собой нестандартные, креативные решения.
Identity - Айдентика	Набор характерных черт бренда, который делает его узнаваемым визуально, тактильно или с помощью других каналов восприятия.
Corporate identity Фирменный стиль	- Под носителями фирменного стиля мы подразумеваем: печатную рекламу, сувениры, документы, элементы делопроизводства, элементы интерьера офиса. Основные элементы: слоган, логотип, фирменные цвета, паттерны. Здесь нам может помочь психология цветов (Приложение Б).
Documentation Документация	- Важной составляющей здесь является то, что со всей документацией должны быть ознакомлены сотрудники, чтобы они могли быстро реагировать и отвечать на возникающие вопросы. К таким документам мы относим: - «Кодекс этики и служебного поведения работников»; - «Брендбук» - официальный документ компании, в котором описывается концепция бренда, атрибуты бренда, целевая аудитория, позиционирование компании и другие данные; - «Катгайд»- подробная инструкция, описывающая все действия, которые необходимы для реализации какого-либо процесса.

Окончание таблицы 9

image - Имидж	<p>Имидж - это то, как воспринимается бренд. Мы включаем 5 элементов общего образа:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Имидж бренда; - Ассоциативный имидж; - Имидж пользователя; - Имидж пользования; - Имидж товара. <p>В имидж учреждения включаем:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Имидж потребителя; - Внутренний имидж; - Имидж основателя-руководителя; - Имидж персонала; - Визуальный имидж; - Социальный имидж..
Technologies - Технологии	<p>К технологиям мы относим все инновации, которые облегчают жизнь сотрудников.</p>
Training - Обучение	<p>Постоянное обновление знаний и информации это важная составляющая развития сотрудников. Важно обеспечивать условия для успешной реализации самостоятельного или корпоративного обучения.</p>
Ethics – Этика	<p>Этика — это философская дисциплина, предметами исследования которой являются нравственность и мораль. Мы думаем, что важно устанавливать этические нормы в коллективе.</p>

Таким образом, мы определили, что почти 100% направлений развития клубного дела в Красноярском крае до 2030 года могут быть реализованы через грамотно организованную корпоративную культуру. К этим направлениям относятся: 1. сохранение и популяризация культурного наследия народов; 2. совершенствование подходов к содержанию деятельности учреждений культуры клубного типа; 3. обеспечение учреждений культуры клубного типа квалифицированными кадрами; 4. развитие сети учреждений культуры клубного типа. Выделили систему организационно-педагогических условий формирования корпоративной культуры.

Определили, что ядром корпоративной культуры учреждения сферы досуга являются совместные ценности, среди которых выделяют ценности благосостояния, моральные ценности и ценностные ориентации индивида. При формировании коллектива в клубных учреждениях, важно обращать внимание на ценности потенциальных работников, а при формировании корпоративной культуры, сохранять традиции, которые будут являться фундаментом для организации корпоративной культуры.

Выделили метод, по которому можно классифицировать корпоративную культуру в клубных учреждениях, опираясь на подход Степина к классификации типов научных исторических картин мира, которые обозначаются как классический, неклассический и постнеклассический.

Стоит отметить, что поддержание, воспроизводство и распространение корпоративной культуры существенно зависит от способов подбора специалистов социально-культурной деятельности и методов их адаптации в организации сферы культуры и досуга. Здесь важную роль играют руководители, которые на своем примере показывают нормы поведения в коллективе и отношение к работе.

Жизнь каждой организации сферы досуга подчиняется некоторой системе формальных и неформальных правил (правила внутреннего распорядка, общения с коллегами, отношений подчиненного и руководителя, «дресс-код», профессиональный сленг, производительность труда и т.п.); предписаний, управляющих повседневным поведением сотрудников на рабочем месте; традиций и ритуалов, которые обеспечивают эффективное функционирование и развитие данной организации.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Рассмотрев теоретико-методологические основы корпоративной культуры, а также корпоративную культуру в клубных учреждениях г. Красноярска, можно сделать вывод, что корпоративная культура – это совокупность ценностей и правил, которые поддерживают духовную составляющую команды для эффективной и качественной работы организации. Научной новизной является то, что мы предлагаем анализировать корпоративную культуру, используя системный подход, который включает в себя: формальные и неформальные правила и нормы; обычаи и традиции; общие интересы; особенности поведения работников; стиль руководства; условия труда; уровень взаимного сотрудничества; идентификация работников с предприятием и перспективами его развития.

Стоит отметить, что поддержание, воспроизводство и распространение корпоративной культуры существенно зависит от способов подбора специалистов социально-культурной деятельности и методов их адаптации в организации сферы культуры и досуга. Здесь важную роль играют руководители, которые на своем примере показывают нормы поведения в коллективе и отношение к работе. При формировании коллектива в клубных учреждениях, важно обращать внимание на ценности потенциальных работников, а при формировании корпоративной культуры – сохранять традиции, которые будут являться фундаментом для организации корпоративной культуры.

Мы определили, что целью корпоративной культуры клубного учреждения является повышение уровня профессионально-творческой деятельности организации сферы досуга посредством совершенствования системы управления персоналом. Раскрыли, что почти 100% направлений развития клубного дела в Красноярском крае до 2030 года могут быть реализованы через грамотно организованную корпоративную культуру – это подчеркивает важность формирования и сохранения корпоративной культуры в клубных учреждениях.

2 ФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В КЛУБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

2.1 Особенности формирования системы корпоративной культуры в клубном учреждении культуры на примере муниципального автономного учреждения «Красноярский городской Дворец культуры»

На основе теоретических основ по корпоративной культуре, проведены работы в изучении особенностей формирования системы корпоративной культуры в клубном учреждении. Таким образом, мы выделили ряд особенностей:

- так как деятельность клубных учреждений напрямую связана с постоянной организацией праздников разных форматов, сотрудники со временем устают от потока концертов, конкурсов, соревнований и поздравлений. Это приводит к тому, что сотрудники перестают ассоциировать праздник с отдыхом, для них это работа;
- творческий характер производственной деятельности;
- создан институт кураторства для оказания адресной информационно-методической помощи специалистам муниципальных учреждений культуры клубного типа края по всем направлениям клубной работы. Данный портал облегчает задачу работникам;
- ряд услуг отдаются на аутсорсинг;
- молодые специалисты не идут работать в клубные учреждения потому что это не является престижным.
- в клубных учреждениях по-прежнему наблюдается дефицит высококвалифицированных специалистов (аккомпаниаторов, руководителей ансамблей/оркестров народных и духовых инструментов, фольклорных ансамблей, специалистов, работающих с осветительной и звуковой аппаратурой, и др.). Для развития учреждений культуры клубного типа также необходимы специалисты в области менеджмента, связей с

общественностью, социокультурного проектирования, цифровых технологий. Дефицит работников напрямую влияет на формирование корпоративной культуры;

- многие проекты являются педагогически направленными – это также подтверждает тот факт, что необходимо повышать квалификацию персонала и постоянно обновлять знания;

- средний возраст сотрудников около сорока пяти лет, что, с одной стороны, говорит о большом количестве специалистов, которые на практике знают, как работает система клубного учреждения изнутри. А с другой стороны данный факт может говорить о том, что учреждениям сложнее развиваться, т.к. у работников уже сформированы схемы, которые они используют при работе;

- в трудовой книге записывают ту должность, которая предусмотрена учреждением, но на деле сотрудник может заниматься иной деятельностью, что также может отталкивать потенциальных сотрудников при устройстве на работу.

Таким образом, мы можем выделить точки роста, благодаря которым может быть стремительное развитие клубных учреждений. К точкам роста мы относим:

1. Создание порталов, которые собирают важную информацию по работе в клубных учреждениях.
2. Повышение квалификации сотрудников.
3. Привлечение молодых сотрудников.
4. Организация более комфортного рабочего процесса.

В ходе работы была сформирована **система корпоративной культуры** в клубных учреждениях.

Целью корпоративной культуры клубного учреждения является повышение уровня профессионально-творческой деятельности организации сферы досуга посредством совершенствования системы управления персоналом.

К задачам корпоративной культуры досуговой организации можно отнести следующие:

1. Обеспечение единения членов рабочего коллектива.
2. Обеспечение профессионального роста организации сферы досуга.
3. Создание комфортной рабочей атмосферы.
4. Минимизация конфликтных ситуаций.
5. Формирование системы ценностных ориентации сотрудников.

К этапам формирования корпоративной культуры мы относим:

1. Диагностика корпоративной культуры. Диагностику важно проводить для того, чтобы понять, на каком уровне находится корпоративная культура в учреждении клубного типа. К диагностике мы относим:

- знание истории, миссии, ценностей и целей учреждения;
- систему мотивации персонала;
- коммуникация внутри коллектива;
- социально-психологический климат в компании;
- наличие традиций;
- знание корпоративных документов.

2. Становление корпоративной культуры – это этап, когда корпоративная культура только начинает зарождаться, формируются:

- стиль руководства;
- правила;
- ценности;
- айдентика;
- условия труда.

3. Развитие. На данном этапе корпоративная культура укрепляется, на её основе начинают развиваться новые проекты. Появляются:

- общие интересы;
- корпоративный стиль;

- особенности поведения работников;
 - отличительные особенности клубного учреждения;
 - новые проекты.
4. Зрелость - это стабильный этап, когда:
- сформирован высокий уровень взаимного сотрудничества;
 - известна история клубного учреждения;
 - работники идентифицируют себя с клубным учреждением и его

развитием.

5. Упадок или новый рост. Данный этап несет за собой обновление, но, в зависимости от того, как к данному этапу подготовится или не подготовится руководство, может произойти упадок, или новый рост.

В ходе исследования были выделены **управленческие инструменты**, которые помогут грамотно сформировать отношения внутри коллектива:

1. Планирование. Когда весь план на месяц известен заранее, каждый сотрудник может самостоятельно запланировать своё время, таким образом можно избежать конфликтов, связанных с задержкой дедлайнов. В планировании могут помочь Диаграмма Ганта или Mindmap.

2. Система мотивации. Важно понимать, что мотивирует сотрудников. Так как в ДК работают творческие личности, в большинстве случаев им важна похвала и признание. Понимая эту особенность, можно устраивать мероприятия, где будут награждать отличившихся сотрудников.

3. Делегирование и матрица ответственности. В ДК важно доверять коллегам и не бояться делегировать задачи.

4. Наличие должностных инструкций. Важно, чтобы каждый работник понимал свои права и обязанности, знал правила и особенности работы в конкретном учреждении.

5. DISC (Приложение Г) — группа психологических описаний, развитая Джоном Гайером и основанная на работах психолога Уильяма Марстона (1893—1947). Это четырехсекторная поведенческая модель для исследования поведения людей в окружающей их среде или в определённой

ситуации. DISC рассматривает стили поведения и предпочтения в поведении. Типология включает в себя 4 составляющих: «доминанция», «влияние», «стабильность», «система».

Ещё мы предположили, что организовать корпоративную культуру в клубном учреждении могут помочь технологии социально-культурной деятельности. Из всех классификаций мы выделили ту, которая, на наш взгляд, является наиболее подходящей и включает в себя три основные группы технологий: общие, функциональные и дифференцированные (Е.И.Григорьева). С классификацией можно ознакомиться в таблице 10.

Таблица 10 – Группы технологий

Группа технологий	Что включает
Общие	Информационно-направленные, Просветительные
	Самодеятельное творчество
	Рекреативно-оздоровительные
Функциональные	Коммуникативные
	Игровые
	Управленческие
Дифференцированные	Досуг для детей
	Досуг для молодёжи
	Семейный досуг
	Досуг для людей третьего возраста

Информационно-направленные и просветительные технологии – это технологии, направленные на привлечение внимания к коммуникации, достижение восприятия и адекватного усвоения информационного сообщения, сохранение информации в банке данных и ее использование для стимулирования активного обучения и практических действий. В домах культуры они могут использоваться в формате лекций и мастер-классов, направленных на повышение знаний и навыков сотрудников.

Самодеятельное творчество включает в себя регуляцию художественно-творческой, художественно-педагогической, художественно-коммуникативной и художественно-организационной деятельности

участников коллектива. Самодеятельное творчество является добровольным, а также направлено на развитие и максимально полную реализацию своих сил и способностей в свободное от работы время. Данные технологии могут объединять не только творческие коллективы, но и сотрудников, которые могут не только организовывать мероприятия для коллективов, но и включаться в их деятельность.

Рекреативно-оздоровительные технологии – это совокупность организационных обучающих и оздоровительных условий, направленных на формирование, укрепление и сохранение социального, физического, психического здоровья личности. Они так же используются в Корпоративной культуре путём групповых выездов на природу, где реализуются как пассивный, так и активный уровни рекреации, а также организации спортивных соревнований внутри коллектива. И другие досуговые занятия, которые можно оценивать как возможность переключения человека с одних занятий на другие, благодаря чему у него восстанавливается биопсихический потенциал, и развиваются предпосылки для творческой деятельности¹⁰.

Коммуникативные технологии — это совокупность приемов, процедур средств и методов, которые используются в процессе коммуникационного воздействия субъектом коммуникации с целью достижения поставленных целей и задач. Данные технологии в первую очередь направлены на общение, именно поэтому они отлично подходят для развития корпоративной культуры.

Игровые технологии также используются в корпоративной культуре, как во время досуга, так и во время бизнес-встреч. При выезде на природу или во время мероприятия могут использоваться как интеллектуальные, так и спортивные игры, направленные на сплочение. На конференциях, деловых обедах и семинарах часто используют игровые технологии, чтобы создать условия для нетворкинга, и чтобы познание проходило наиболее эффективно.

¹⁰ Комиссарова С. А. Социально-культурная сущность клубных учреждений / С. А. Комиссарова // Вестник славянских культур. – 2008. – № 3-4 (10). – С. 159-166.

Управленческие технологии — это набор управленческих средств и методов достижения поставленных целей организации и личных целей работников. Эти технологии, безусловно, связаны с корпоративной культурой, ведь благодаря им реализовывается стратегия, которая влияет на организацию, работников и репутацию.

Дифференцированные технологии включают в себя организацию досуга для разных сегментов. В корпоративной культуре они рассматриваются как разделение по профессиональному признаку.

Раскрыв данную классификацию, мы можем предположить, что данные технологии наиболее эффективно могут использоваться при формировании корпоративной культуры в клубных учреждениях.

Ещё одной классификацией, помогающей в организации корпоративной культуры, может стать типология DISC (Приложение Д). DISC расшифровывается как Dominance-Influence-Stability-Compliance, то есть Доминанция-Влияние-Стабильность-Система. Данная классификация включает в себя четыре сектора, которые разделяют сотрудников по их поведению в окружающей среде.

Мы рассмотрели корпоративную культуру на примере муниципального автономного учреждения «Красноярский городской Дворец культуры». Важно отметить, что в клубном учреждении есть свой «Кодекс этики и служебного поведения работников», где прописаны правила поведения, а также «Положение о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК».

На сайте учреждения есть НОК (независимая оценка услуг). Опросный лист разработан на основе Приказа Министерства культуры РФ от 22.11.2016 № 2542 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества оказания услуг организациями культуры».

Для полноты исследования в МАУ ГДК было проведено социологическое исследование в виде анкетирования.

Количественное социологическое исследование путем анкетирования на тему «Отношение работников к корпоративной культуре в МАУ ГДК».

Реферат исследования.

Основной информационной проблемой, обусловившей проведение исследования, явилась нехватка информации о действующей корпоративной культуре во дворце культуры, а также актуальность выявления отношения работников к корпоративной культуре в клубном учреждении, поиск плюсов, минусов и особенностей корпоративной культуры в МАУ ГДК.

Цель исследования: определить особенности формирования корпоративной культуры в ДК.

Метод: количественное социологическое исследование методом анкетирования.

В ходе проведенного исследования были выявлены плюсы и минусы действующей системы организации корпоративной культуры, а также определены особенности, которые могут влиять на формирование корпоративной культуры в домах культуры.

Программа исследования

Актуальность проведения исследования обусловлена тем, что сформированная корпоративная культура может быть одним из инструментов развития домов культуры, что непосредственно влияет и на качество досуга жителей города.

Основной **информационной проблемой**, обусловившей проведение исследования, явилась нехватка информации о действующей корпоративной культуре во дворце культуры, а также актуальность выявления отношения работников к корпоративной культуре в клубном учреждении, поиск плюсов, минусов, и особенностей корпоративной культуры в МАУ ГДК.

Цель данного исследования заключается в определении особенностей формирования корпоративной культуры в ДК.

Для достижения поставленной цели, необходимо решить ряд **задач**:

- проанализировать отношение сотрудников к действующей корпоративной культуре;
- выявить сильные стороны действующей корпоративной культуры в МАУ ГДК;
- выявить слабые стороны действующей корпоративной культуры в МАУ ГДК.

Гипотеза исследования заключается в следующем: сотрудники МАУ ГДК готовы к изменениям в корпоративной культуре МАУ ГДК.

Объект исследования: работники МАУ ГДК.

Предмет исследования: особенности формирования корпоративной культуры в ДК.

В качестве методологии проектирования, проведения и анализа результатов исследования использованы:

- всеобщая научная методология (системный подход);
- общесоциологическая методология;
- частносоциологическая методология.

Для проведения данного исследования применены следующие методики проектирования, проведения и анализа результатов:

- метод анкетирования;
- общелогические методы (анализ, аналогия);
- теория в области корпоративной культуры.

Генеральную совокупность исследования составили работники клубных учреждений.

Для отбора респондентов произведена выборка относительно места практики. В опросе принимали участие люди в возрасте от 20 до 75 лет.

Доверительная вероятность (точность выбора) исследования составила 99%. Доверительный интервал (погрешность, которая задаёт размах части кривой распределения по обе стороны от выбранной точки, куда могут попадать ответы или ошибка выбора) составила 1 пункт. Учитывая, что

доверительная вероятность равняется 99%, а доверительный интервал 1, соответственно, в каждом пункте захватывается интервал в размере 1 пункт «до», и 1 пункт «после».

Основной контроль выборки осуществлялся исходя из места работы.

Исследование проводилось в форме количественного опроса. В ходе исследования предполагалось запустить онлайн анкетирование, где по ссылке или QR-коду каждый сотрудник мог пройти опрос. Однако выяснилось, что в МАУ ГДК из 107 сотрудников только 45 сотрудников младше 40 лет, которые являются активными пользователями сети интернет. Поэтому были распечатаны анкеты, и расположены на ресепшене, где каждому сотруднику предлагалось вручную заполнить анкеты. Также, для удобства активных пользователей сети интернет, ссылка на опрос была отправлена в чаты МАУ ГДК. Важно отметить, что к МАУ ГДК относятся три отдела, которые находятся в разных частях города Красноярск: театр «Крылья», «Рок-лаборатория», народный театр «Наш театр». Сотрудники вышеперечисленных отделов проходили анкетирование в онлайн формате.

Структура анкеты (Приложение Д) соответствует поставленным целям и задачам исследования, а также включает в себя следующие части: введение, поясняющую часть, состоящую из цели исследования, паспортную, позволяющую сегментировать работников МАУ ГДК, и основную часть.

Анализ количественных эмпирических данных включал в себя:

1. Подготовку данных.
2. Обработку данных.
3. Проведение анализа.
4. Интерпретация данных.

Интерпретация данных и предоставление полученных результатов исследования предоставлены в трех форматах: текстовом, графическом, и табличном виде.

В приложении оформлены: анкета количественного исследования (Приложение Д) и диаграммы, показывающие результаты исследования. В таблице 11 представлен график планирования и проведения исследования.

Таблица 11 - График планирования и проведения исследования

№	Этап исследования	Сроки
1	Сбор, и изучение материала по корпоративной культуре	Ноябрь-декабрь 2021
2	Проектирование исследования	2 – 11 мая
3	Анкетирование респондентов	13-19 мая
4	Анализ результатов и формирование основных выводов	26 мая

Описание хода исследования

Первым этапом было создание программы исследования и вопросов для анкеты. Вторым этапом было проведение анкетирования в онлайн и офлайн формате.

Анкета (Приложение Д), состоящая из 12 вопросов, размещалась на ресепшене МАУ ГДК, а также размещалась в чатах МАУ ГДК при помощи ресурса Google Формы. Это удобный и бесплатный сервис, который позволяет быстро создать анкету, а также видеть полученные результаты в диаграммах

Анкета размещалась в МАУ ГДК после 13 мая. К данному времени было собрано достаточно информации, касаясь корпоративной культуры в ДК. Важно отметить, что анкетирование было анонимным, и не требовало регистрации.

Когда все сотрудники в количестве 107 человек заполнили анкету, в ресурсе Google Формы сформировались диаграммы. Все данные с ответами каждого респондента загружались в таблицы Excel, которые упрощают анализ полученных данных, так как в Google Формах нет функции деления ответов на подгруппы.

Третий этап заключался в анализе полученных результатов и формировании выводов, отвечающих целям и задачам исследования.

Общие выводы по результатам исследования

Изучив полученную информацию из анкет, были сделаны выводы касательно корпоративной культуры в МАУ ГДК, и отношение сотрудников к ней.

В МАУ ГДК работают сотрудники от 20 до 71 года, что непосредственно влияет на формирование корпоративной культуры. 20-30 лет – 17 человек, 30-40 лет – 28 человек, 40-50 лет – 23 человека, 50-60 лет – 17 человек, 60-70 лет – 21 человек, 75 лет – 1 человек. Было выявлено, что идеи куда-то съездить с коллективом поддерживают работники до 40 лет.

В МАУ ГДК работает много сотрудников, у которых стаж работы в ДК более 20 лет. Это те люди, которые знают историю ДК, что очень ценно для формирования репутации, имиджа и корпоративной культуры.

Часть сотрудников либо не знают, что такое корпоративная культура, либо знают, но не могут объяснить, из чего можно сделать вывод, что в первую очередь важно объяснить сотрудникам, что такое корпоративная культура, для чего она нужна, и уже потом начинать её формировать.

Меньше половины сотрудников читали «Кодекс этики и служебного поведения работников МАУ ГДК», а также «Положение о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК», а 20% вовсе не знает о существовании данных документов, что подтверждает отсутствие должного информирования сотрудников о корпоративных правилах учреждения.

Важно отметить, что больше половины сотрудников отметили важность наличия строгих правил, так как, по их мнению, правила формируют дисциплину и имидж. При этом важно учитывать, что в клубном учреждении работает много творческих людей, которые против строгих правил.

Чуть больше половины сотрудников знают по именам всех работников, однако, также большая часть знает не всех, поэтому важно осуществить работы, направленные на знакомство и нетворкинг внутри коллектива.

Что касается дресс-кода, большая часть респондентов (40%) ответила, что дресс-код является обязательным, 30% опрошенных иногда могут прийти не по дресс-коду, а 25% вообще не придерживаются дресс-кода. Таким образом, можно сделать вывод, что правила существуют, однако, не все к ним прислушиваются, не все понимают, что такое дресс-код, а также часть сотрудников не понимают важности наличия дресс-кода в учреждении культуры.

55% работников хотели бы проводить время с коллегами в неформальной обстановке, что говорит о достаточно теплых и дружественных отношениях внутри коллектива.

Из традиций, которые есть в МАУ ГДК, чаще всего отмечали: корпоративы, поздравления с днём рождения, открытие и закрытие творческого сезона, субботник, собрания, отсутствие слова «не могу». Также большая часть сотрудников МАУ ГДК поставила оценку «хорошо», когда в исследовании попросили оценить корпоративную культуру по пятибалльной шкале.

Гипотеза исследования частично подтверждается, так как не все сотрудники МАУ ГДК готовы к изменениям в корпоративной культуре МАУ ГДК. Важно отметить, что все нововведения должны быть постепенными и спланированными.

Анкету количественного исследования можно посмотреть в Приложении Д.

Диаграммы и таблицы, представляющие **результаты исследования** можно посмотреть в Приложении Е.

В рамках выпускной квалификационной работы, в целях восполнения недостающих данных, нами было проведено качественное социологическое исследование.

Качественное социологическое исследование.

Реферат исследования. Качественное социологическое исследование методом очного экспертного опроса на тему «Корпоративная культура в МАУ ГДК» проводилось обучающейся кафедры рекламы и социально-культурной деятельности Гуманитарного института Сибирского федерального университета.

Актуальность и информационная проблема. Актуальность обусловлена необходимостью поиска новых методов формирования и поддержания корпоративной культуры в клубных учреждениях. Информационная проблема заключается в том, что невозможно объективно проанализировать корпоративную культуру внутри учреждения без экспертной оценки.

Цель исследования: получение актуальной качественной информации об особенностях формирования корпоративной культуры в Муниципальном автономном учреждении «Красноярский городской Дворец культуры».

Метод исследования: очный экспертный опрос.

Исследование показало особенности формирования корпоративной культуры в МАУ ГДК. Исследование позволило узнать мнения специалистов о том, стоит ли работать над формированием корпоративной культуры в клубных учреждениях.

Программа исследования

Актуальность и информационная проблема. Актуальность обусловлена необходимостью поиска новых методов формирования и поддержания корпоративной культуры в клубных учреждениях. Информационная проблема заключается в том, что невозможно объективно проанализировать корпоративную культуру внутри учреждения без экспертной оценки.

Цель исследования: получение актуальной качественной информации об особенностях формирования корпоративной культуры Муниципальном автономном учреждении «Красноярского городского Дворца культуры».

Задачи:

1. Определить, какие составляющие корпоративной культуры на данный момент используются в МАУ ГДК.
2. Выявить, какие традиции уже сейчас есть в МАУ ГДК.
3. Обозначить проблемы формирования корпоративной культуры в Муниципальном автономном учреждении «Красноярский городской Дворец культуры».
4. Определить, какие проблемы можно решить за счет внедрения корпоративной культуры.

Гипотеза: В МАУ ГДК корпоративная культура находится на этапе упадка.

Объект исследования: дворец культуры.

Предмет исследования: формирование корпоративной культуры.

Методология и методика проектирования проведения и анализа результатов исследования. В исследовании используется метод экспертного очного опроса (интервью), специфика которого позволяет получить информацию качественного характера от специалистов в области исследования. В данном методе исследования респондентами являются компетентные лица. С каждым респондентом проводится личная встреча и беседа по заранее сформулированным вопросам, которые зависят от поставленных целей и задач исследования. Интервью фиксируется на звукозаписывающее устройство. Анализ исследования проводится на основе собранной информации. Исследование основывается на методологии поведения эмпирических исследований.

Особенности формирования выборки. В качестве экспертов были выбраны сотрудники МАУ ГДК с разным стажем работы в данном

учреждении: от 2,5 до 23 лет. В таблице 12 представлен список участников качественного исследования.

Таблица 12 - Список участников экспертного интервью

№	ФИО	Место работы, должность	Сколько лет работает в учреждении
1	Широкова Юлия Сергеевна	Художественный руководитель МАУ ГДК	16 лет
2	Ворошилова Анастасия Сергеевна	Режиссёр МАУ ГДК	8 лет
3	Махновская Татьяна Николаевна	Отдел хозяйственного обеспечения МАУ ГДК	23 года
4	Мельничук Любовь Юрьевна	Режиссёр МАУ ГДК	4 года
5	Бортникова Виктория Сергеевна	Методист-ведущий МАУ ГДК	2,5 года

Особенности фиксации хода исследования. Важно отметить, что в аналитический отчет по результатам качественного исследования включаются выборка экспертов, программа исследования, сформулированные вопросы и ответы участников интервью. В таблицах 13 и 14 представлен график проведения качественного исследования.

Таблица 13 - График планирования и проведения исследования

№	Этап исследования	Сроки
1	Сбор и изучение материала по корпоративной культуре	Ноябрь-декабрь 2021
2	Анализ социокультурной ситуации и формулировка проблемы	Февраль 2022
3	Выбор наиболее оптимального метода исследования	Февраль 2022
4	Выбор участников для качественного исследования	Май 2022
5	Формулировка вопросов для экспертного интервью	Май 2022
6	Проведение интервью с каждым экспертом	Май 2022
7	Расшифровка записей	Май 2022
8	Анализ результатов исследования	Май 2022

Таблица 14 – График проведения экспертных интервью

№	ФИО	Дата
1	Мельничук Любовь Юрьевна	13.05.22
2	Ворошилова Анастасия Сергеевна	16.05.22
3	Бортникова Виктория Сергеевна	16.05.22
4	Широкова Юлия Сергеевна	17.05.22
5	Махновская Татьяна Николаевна	17.05.22

Описание хода проведения исследования. Во время подготовки к исследованию, был сформирован ряд вопросов для экспертов:

Первый блок – паспортные и общие вопросы.

1. Ваши ФИО, какую должность занимаете?
2. Сколько лет работаете в МАУ ГДК?
3. Почему вы пришли работать в ДК?
4. Почему продолжаете работать в ДК?
5. Знаете ли Вы что такое корпоративная культура?

Второй блок – вопросы, позволяющие определить наличие корпоративной культуры в МАУ ГДК:

1. Читали ли вы «Кодекс этики и служебного поведения работников МАУ ГДК», а также «Положение о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК»?

2. Как относитесь к вышеперечисленным документам?
3. Какие есть традиции в МАУ ГДК?
4. Знаете ли вы историю ДК?
5. Как вы относитесь к тому, что в ДК есть дресс-код?
6. Есть ли локальные шутки в коллективе?
7. Есть ли символ у МАУ ГДК?

8. У вас проводятся общие собрания всех отделов? Как они проходят?

9. Есть ли корпоративная культура в МАУ ГДК по вашему мнению?

Нужна ли она?

Третий блок – вопросы, помогающие выявить особенности корпоративной культуры в ДК:

1. Каким вы видите ДК с идеальной корпоративной культурой?
2. Какие особенности формирования корпоративной культуры в ДК можете выделить?
3. Как можно совершенствовать процесс формирования корпоративной культуры в ДК?

Затем с каждым экспертом назначалась дата и время интервью. Экспертное интервью проводилось в офлайн формате и фиксировалось на звукозаписывающее устройство. Таким образом, в рамках качественного исследования, были проведены интервью с двумя режиссёрами МАУ ГДК Беленчук Любовью Юрьевной и Ворошиловой Анастасией Сергеевной, художественным руководителем МАУ ГДК Широковой Юлией Сергеевной, методистом-ведущей МАУ ГДК Бортниковой Викторией Сергеевной, и заведующей отделом хозяйственного обеспечения Махновской Татьяной Николаевной.

Перечень вопросов составлялся заранее, однако во время интервью экспертам были заданы вопросы, дополняющие тему.

Процесс проведения интервью:

1. Встреча с респондентом.
2. Знакомство.
3. Ответы на заранее подготовленные вопросы.
4. Дополнительные вопросы, появившиеся во время интервью.
5. Благодарность респонденту за уделенное время.

Интерпретация и анализ результатов исследования. После проведения исследования, был проведен анализ ответов и сделаны выводы относительно корпоративной культуры в МАУ ГДК. В таблицах 15 и 16 описаны сильные и слабые стороны корпоративной культуры в МАУ ГДК.

Таблица 15 - Сильные стороны

Сильные стороны, выявленные после проведения качественного исследования	
№	Вывод
1.	Для работников ДК становится семейным учреждением, т.к. в нем не только работают, но и приводят на занятия и концерты своих детей.
2.	Работники отождествляют себя с клубным учреждением, радуются за победы учреждения как за свои успехи.
3.	Большое количество человек работают в МАУ ГДК более 10 лет, и даже более 20 лет.
4.	Между сотрудниками налажен контакт, благодаря чему возникающие проблемы решаются быстро.
5.	Развит дух товарищества, сотрудники готовы прийти на помощь друг другу.

Таблица 16 - Слабые стороны

Слабые стороны, выявленные после качественного исследования	
№	Вывод
1.	Авторитарный стиль руководства.
2.	Отсутствие системы мотивации.
3.	Небольшое количество традиций, а уже существующие традиции не все сотрудники могут назвать.
4.	Ряд услуг отдаются на аутсорсинг, что приводит к тому, что не на всех работников ДК можно повлиять.
5.	Не все сотрудники знакомы с нормативными документами: «Кодексом этики и служебного поведения работников МАУ ГДК», а также «Положением о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК»
6.	Не все сотрудники знают, какие увлечения у коллег, кто чем живет, кто чем может быть полезен во вне рабочее время.
7.	Нет мероприятий, поддерживающих корпоративную культуру МАУ ГДК.
8.	Не все сотрудники знают, что такое корпоративная культура и для чего она нужна
9.	Напряженная атмосфера внутри коллектива из-за большого количества задач.

Выводы.

Можно сделать вывод о том, что ДК является семейным учреждением, для многих сотрудников МАУ ГДК является вторым домом, так как дети работников клубного учреждения ходят в кружки и посещают концерты

самого ДК. Исследование показало, что в клубном учреждении работают люди, которые любят своё дело, это подтверждает факт о том, что более 50% сотрудников работают в ДК более 8 лет. Ещё одним подтверждением является то, что работники отождествляют себя с клубным учреждением, и радуются за победы ДК как за свои успехи. Важно отметить, что в каждом отделе существует своя система, включающая в себя нормы общения, которые не выходят за пределы отдела.

Важно отметить, что во время личного интервью сотрудники вспоминают больше традиций, чем во время анкетирования. Это может говорить о том, что проводимые мероприятия, такие как утренняя зарядка, и совместные выезды не транслируются руководством как знаковые для корпоративной культуры ДК, поэтому про них забывают.

Таким образом, в ходе исследования была подтверждена гипотеза, что корпоративная культура в МАУ ГДК находится на стадии упадка. К данному выводу удалось прийти благодаря сотрудникам, которые работают в ДК более 5 лет, так как они могут сравнить, на каком уровне была корпоративная культура раньше, и на каком сейчас.

Проблемы по степени значимости:

В процессе качественных исследований, был выделен ряд проблем, воздействующих на формирование и поддержание корпоративной культуры в МАУ ГДК:

1. Не все сотрудники знают историю, миссию и цели ДК.
2. Небольшое количество традиций.
3. Отсутствие системы мотивации.
4. Авторитарный стиль руководства.
5. Не все сотрудники знакомы с нормативными документами: «Кодексом этики и служебного поведения работников МАУ ГДК», а также «Положением о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК».
6. Сотрудники в связи со сферой деятельности устают от праздников.

Стенограммы личных интервью можно посмотреть в (Приложении Ж).

Аудиозапись одного из респондентов предоставлена по ссылке:

https://disk.yandex.ru/d/Fs4d_JSuN1Y9og

В ходе исследования было выявлено, что целью корпоративной культуры клубного учреждения является повышение уровня профессионально-творческой деятельности организации сферы досуга посредством совершенствования системы управления персоналом. Также были выделены 5 этапов формирования корпоративной культуры в клубном учреждении: 1. Диагностика, 2. Становление 3. Развитие 4. Зрелость 5. Упадок или новый рост, опираясь на которые можно понять, на каком этапе находится ДК. Выявлено, что МАУ ГДК находится на этапе упадка, однако данный этап может смениться на новый рост, если сейчас начать предпринимать действия по развитию корпоративной культуры. Одним из инструментов развития корпоративной культуры в клубном учреждении могут быть технологии социально-культурной деятельности.

Проведя исследование клубного учреждения, было выявлено, что в МАУ ГДК авторитарный стиль управления, также были выявлены этические нарушения. Опираясь на системный подход, авторами которого являются В.В. Козлов и А.А. Козлова, был проведен анализ корпоративной культуры в МАУ ГДК: 1. В ДК существуют формальные и неформальные правила; 2. Есть небольшое количество традиций, однако они не имеют отличительных характеристик, и про них помнят не все сотрудники; 3. Есть сплоченные отделы, где коллеги смогли найти общие интересы; 4. Здание отремонтированное, на условия труда сотрудники ДК не жаловались; 5. Высокий уровень взаимопомощи; 6. Работники отождествляют себя с клубным учреждением.

На данный момент сотрудники клубного учреждения могут быть не готовы к кардинальным изменениям и нововведениям, но важно осуществить

работы, направленные на коммуникацию внутри коллектива, а также знакомство с историей и ценностями ДК.

2.2 Проектное решение по совершенствованию процесса формирования корпоративной культуры в клубном учреждении

Актуальность проекта.

В условиях модернизации и развития клубных учреждений, особую роль приобретает формирование корпоративной культуры. Благодаря корпоративной культуре, коллектив становится более сплоченным. Деятельность внутри коллектива, при сформированной корпоративной культуре, становится более управляемой. В результате проведения анкетирования и экспертного интервью на базе МАУ ГДК, было выявлено, что ДК является семейным учреждением, куда сотрудники не только приходят работать, но и записывают на занятия своих детей. Однако, не смотря на то, что сотрудники МАУ ГДК и их дети проводят много времени в клубном учреждении, не все знают его историю, миссию, и ценности. Также в клубном учреждении почти отсутствуют традиции, о которых знает весь коллектив МАУ ГДК. Важно отметить, что не все отделы взаимодействуют друг с другом, поэтому 38% сотрудников знают не всех своих коллег по именам и направлениям деятельности. В связи с творческим характером производственной деятельности, сотрудники ДК устают от праздников, а также испытывают эмоциональное напряжение.

Название проекта: «Гордик часть семьи».

Сфера проектирования: социально-культурная.

С помощью проекта мы можем решить следующие проблемы:

1. Отсутствие у сотрудников знаний об истории, миссии, и целях МАУ ГДК. Во время проекта сотрудники и их семьи узнают историю, миссию, ценности и цели МАУ ГДК.

2. Не все сотрудники ДК знают, какие увлечения у их коллег. Во время проекта каждый сможет познакомиться друг с другом ближе.

3. Напряженная атмосфера внутри коллектива из-за большого количества задач. Спортивная активность даст возможность эмоционально разгрузиться.

Аудитория проекта: сотрудники ДК.

Особенности аудитории:

- в большинстве случаев знают друг друга, так как вместе работают;
- много творческих личностей;
- к категории «молодежь» относится только 25% сотрудников;
- есть эмоциональное напряжение между некоторыми сотрудниками;
- из-за работы происходит выгорание, в связи с чем, праздник воспринимается не как отдых, а как работа.

Основная идея: создание выездного трехдневного фестиваля «Гордик часть семьи», в котором принимают участие сотрудники МАУ ГДК и их семьи. Фестиваль проводится в летнее время. В первый день проходит тимбилдинг в формате веревочного курса, куда входят такие упражнения, как «Болото», «Лыжи», «Гелиевая палочка». После ужина устраивается душевный вечер, где проходит посвящение молодых специалистов ДК, путем передачи символа МАУ ГДК «Гордика» из рук в руки и зачитывания клятвы. Затем внедряется традиция читать сказки рядом с костром.

Во второй день проходит квест, в нем соревнуются команды, которые формируются методом случайного отбора. Квест включает в себя спортивные состязания, которые помогают эмоционально разгрузиться, и интеллектуальные задачи, связанные с историей, ценностями и особенностями МАУ ГДК. Вечером проходит концерт, где выступают дети сотрудников ДК, при желании к детям подключаются взрослые.

Утром, в третий день, проводится разработка буклета корпоративной культуры МАУ ГДК в командах, которые были сформированы во второй

день. Затем проходит награждение, где вручают призы победителям квеста, а также участникам творческого вечера.

Цель: организация фестиваля для совершенствования процесса формирования корпоративной культуры в МАУ ГДК.

Задачи:

1. Создание условий для успешной рекреации и коммуникации участников проекта;
2. Актуализировать важность роли каждого сотрудника в достижении результата;
3. Предоставить возможность участникам фестиваля высказаться на тему корпоративной культуры в ДК, и предложить свои нововведения.

Форма реализации проекта: Выездной фестиваль в палатках.

Социально-культурные технологии:

- коммуникативные технологии применяются в процессе общения сотрудников МАУ ГДК;
- игровые технологии применяются во время реализации квеста и тимбилдинга;
- технологии информационно-познавательной деятельности применяются в процессе изучения истории, ценностей и особенностей МАУ ГДК;
- развлекательные технологии применяются во время реализации концерта;
- дифференцированные технологии применяются на этапе разработки мероприятий проекта, учитывая особенности целевой аудитории.

Мероприятия проекта:

1. Тимбилдинг.
2. Командное соревнование в формате квеста, где собраны спортивные и интеллектуальные задания.
3. Душевный вечер сказок.
4. Церемония посвящения молодых сотрудников.

5. Разработка ценностей МАУ ГДК.
6. Концерт, где выступают дети сотрудников ДК.
7. Награждение.

Приоритетные направления проектирования:

- Поле жизнедеятельности человека: социально-психологическая среда обитания, духовно-нравственная среда обитания;
- Сфера жизнедеятельности человека: досугово-рекреационная, информационная.

Ход проекта:

Проект носит долгосрочный характер и будет реализовываться каждый год в несколько этапов:

1. Подготовительный этап: на данном этапе будет разрабатываться план и сценарий проекта, также будет осуществлена организация проживания, трансфера и питания для сотрудников.

2. Этап реализации: включает в себя поездку в палаточный лагерь или базу отдыха, проведение церемонии посвящения молодых сотрудников, тимбилдинг, командное соревнование в формате квеста, душевный вечер сказок, разработка буклета корпоративной культуры МАУ ГДК, концерт, где выступают дети сотрудников ДК, награждение.

3. Завершающий этап: печать буклетов, подведение итогов, составление отчета о проделанной работе.

К основным мероприятиям проекта относятся:

1. Тимбилдинг.
2. Командное соревнование в формате квеста, где собраны спортивные и интеллектуальные задания.
3. Душевный вечер сказок, на нём же проводится церемония посвящения молодых сотрудников.
4. Концерт, где выступают дети сотрудников ДК.
5. Разработка ценностей МАУ ДК.
6. Награждение.

Бюджет проекта:

Таблица 17 – перечень статей расходов

Категория	Что входит	Количество	Стоимость	Общая сумма
Проживание	Вход на территорию кемпинга	100 человек	1 человек – 300р/сутки	90 000р. за 3 суток
Питание	Завтрак	100 порций	150р/порция	45 000р.
	Обед	100 порций	250р/порция	75 000р.
	Ужин	100 порций	200р/порция	60 000р.
	Вода питьевая	450 литров	90р/ одна 5литровая бутылка	8 100р.
Трансфер	Трансфер для сотрудников	4 часа	3000/час 1 автобус	24 000р.
	Трансфер для реквизита, костюмов и расходников			
Расходные материалы	Дрова береза	3 куба	8 500р.	8 500р.
	Вода для умывания	300 литров	90р/ одна 5литровая бутылка	5 400р.
Реквизит для культурно-досуговой программы	Реквизит для квеста	-	5 000р.	5 000р.
	Реквизит для тимбилдинга	-	5 000р.	5 000р.
Реализация буклетов	Услуги дазайнера	1	2 000р.	2 000р.
	Печать буклетов	107	4 000р	4 000р.
Непредвиденные расходы				30 000р.
ИТОГОВАЯ СУММА ПРОЕКТА				362 000р.

Нормативно-правовой ресурс проекта:

- "Основы законодательства Российской Федерации о культуре" (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 30.04.2021);
- Закон Красноярского края "О культуре" от 28.06.2007 N 2-190. 28 июня 2007 года. N 2-190.

- Конституция Российской Федерации

Источники финансирования проекта:

- Муниципальное автономное учреждение «Красноярский городской Дворец культуры».

Риски реализации проекта/нивелирование рисков:

1. Внешние – политические, экономические ситуации, которые могут повлиять на проект.

Решение: продумать другой формат реализации проекта с сохранением цели и задач.

2. Процессуальный риск – невыполнение плановых сроков, перерасход ресурсов.

Решение: установить сроки на договорной основе, назначить ответственных.

3. Финансовые риски – нехватка средств для реализации проекта.

Решение: в сентябре создать общую копилку, куда каждый сотрудник один раз в месяц будет отправлять 100 рублей, на протяжении 9 месяцев. Данный способ поможет закрыть часть трат.

4. Кадровые риски – отсутствие у сотрудников достаточной мотивации.

Решение: перед фестивалем провести 3 мероприятия с упражнениями из веревочного курса по тимбилдингу, чтобы частично показать, что сотрудников ждёт на фестивале.

5. Ухудшение эпидемиологической обстановки в регионе.

Решение: закупка средств защиты (антисептики, маски, перчатки), а также контроль за соблюдением социальной дистанции.

Ожидаемые результаты проекта:

- создание буклетов «Корпоративная культура МАУ ГДК»;
- сотрудники и их семьи узнают историю, миссию, ценности и цели МАУ ГДК;
- эмоциональная разгрузка участников проекта;

- сотрудники ДК познакомятся семьями в неформальной обстановке;

- сформируются новые традиции, укрепятся уже существующие;
- долгосрочное развитие проекта.

Эффективность проекта:

Количественные показатели:

1. Количество работников ДК, решивших поехать на фестиваль (не менее 50).
2. Количество работников, которые привлекли в проект свои семьи (не менее 20).
3. Количество идей по совершенствованию процесса корпоративной культуры (количество идей равно количеству участников фестиваля).

Качественные показатели:

1. Успешная реализация буклетов «Корпоративная культура МАУ ГДК».
2. Знакомство с историей, ценностями и особенностями МАУ ГДК.
3. Налаживание коммуникации между сотрудниками разных отделов.

Цель проекта будет достигнута, если в финале будут успешно спроектированы и напечатаны буклеты «Корпоративная культура МАУ ГДК», сотрудники МАУ ГДК познакомятся с историей, миссией и ценностями клубного учреждения, произойдёт сплочение команд, а работники ДК познакомятся с коллегами, которых не знали. Важно отметить, что с появлением проекта появятся новые традиции, и уйдёт эмоциональное напряжение.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В ходе качественного и количественного исследований было выявлено, что в ДК есть формальные и неформальные правила, которых придерживаются сотрудники как внутри отделов, так и за их стенами. МАУ ГДК является семейным учреждением, куда сотрудники не только приходят работать, но и записывают на занятия своих детей. Также исследование доказало, что в клубном учреждении имеется высокий уровень взаимопомощи. Работники отождествляют себя с ДК, радуются за победы учреждения как за свои успехи. Однако, не смотря на то, что сотрудники МАУ ГДК и их дети проводят много времени в клубном учреждении, не все знают его историю, миссию, и ценности. В клубном учреждении почти отсутствуют традиции, а которые уже есть, не имеют отличительных характеристик ДК, поэтому про них помнят не все сотрудники. Важно отметить, что не все отделы взаимодействуют друг с другом, поэтому 38% сотрудников знают не всех своих коллег по именам и направлениям деятельности. В связи с творческим характером производственной деятельности, сотрудники ДК устают от праздников, а также испытывают эмоциональное напряжение.

Выделив 5 этапов формирования корпоративной культуры в клубном учреждении, было определено, что МАУ ГДК находится на этапе упадка. В клубном учреждении авторитарный стиль управления, что негативно влияет на корпоративную культуру, так как работники не чувствуют доверия. На данном этапе важно осуществить работы, направленные на коммуникацию внутри коллектива, нормализацию психологического климата, а также знакомство с историей и ценностями ДК. Чтобы совершенствовать процесс формирования корпоративной культуры в МАУ ГДК, предложено организовать семейный, выездной фестиваль в палатках «Гордик часть семьи», в создании и проведении, которого используются технологии социально-культурной деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследования клубных учреждений позволило определить особенности формирования корпоративной культуры в ДК. Важно учитывать, что, не смотря на то, что клубные учреждения имеют единые цели и задачи, везде работает разный персонал, соответственно, подход при формировании и поддержании корпоративной культуры каждый раз должен быть индивидуальный по отношению к клубному учреждению.

Ядром корпоративной культуры в клубных учреждениях являются ценности. Именно поэтому при формировании коллектива в клубных учреждениях, важно обращать внимание на ценности потенциальных работников.

Научная новизна заключается в том, что мы предлагаем анализировать корпоративную культуру, используя системный подход. Также в ходе работы были разработаны этапы формирования корпоративной культуры в клубных учреждениях, благодаря которым можно определить, на каком этапе находится корпоративная культура в ДК. Было определено, что корпоративная культура МАУ ГДК находится на этапе упадка.

В ходе исследований были сделаны основные выводы, что работники отождествляют себя с клубным учреждением, радуются за победы учреждения как за свои успехи. При этом авторитарный стиль управления негативно влияет на корпоративную культуру в ДК т.к. сотрудники не чувствуют доверия руководства. В клубном учреждении не развита культура знакомства с ценностями, миссией и историей ДК, и отсутствуют мероприятия, направленные на развитие корпоративной культуры.

На основе результатов исследования, был разработано проектное решение для совершенствования процесса формирования корпоративной культуры в ДК. Проект опирается на применение социально-культурных технологий при создании и организации семейного, выездного фестиваля в палатках. Проект позволяет сотрудникам и семьям ДК познакомиться с

историей и ценностями клубного учреждения, создаёт комфортные условия для коммуникации, формирует традиции, даёт возможность каждому участнику внести свой вклад и своё видение в формирование корпоративной культуры.

В дальнейшей перспективе исследования возможно исследовать изнутри корпоративную культуру в других клубных учреждениях г.Красноярска. А также рассмотреть перспективы создания школы корпоративной культуры на базе клубного учреждения, когда ДК становятся примером грамотно сформированной корпоративной культуры.

Таким образом, цель выпускной квалификационной работы - выявление специфики формирования и функционирования корпоративной культуры в учреждениях культуры клубного типа г. Красноярске - достигнута, задачи выполнены. Гипотеза исследования, которая заключалась в том, что система формирования корпоративной культуры в клубном учреждении эффективна при условии комплексной реализации игровых, просветительных и коммуникативных технологий, подтвердилась.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алешина, И.В. Паблик Рилейшнз для Менеджеров. Курс лекций / И.В. Алешина. - М. : Мир, 2014. С. 302.
2. Андреева, И. В. Организационная культура / И. В. Андреева, О. Б. Бетина. — СПб. : СПбГИЭУ, 2011. — 293 с.
3. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом развивающейся организации [Текст] / Т. Ю. Базаров. — М.: Академия, 2015. — 320 с.
4. Барышникова, Е. Оценка персонала методом ассесмент-центра / Е. Барышникова. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 991 с.
5. Белоусова, Т. Легкость делового бытия. Корпоративный имидж и бизнес-этикет / Т. Белоусова. – Москва : АСТ, 2016. – 224 с.
6. Брэдли Д. Общественные организации в царской России [Текст] : наука, патриотизм и гражданское общество / Д. Брэдли ; [пер. с англ. яз. М. Н. Карпец]. – Москва : Новый хронограф, 2012. – с.
7. Буева Л.П. Человек: деятельность и общение. / Л.П. Буева. – Москва : Мысль, 1978. – 216 с.
8. Бурганова, Л.А. Элтон Мэйо: теоретик и практик управления / Л.А. Бурганова, Е.Г. Савкина. – Москва : ИНФРА-М, 2012. – 110 с.
9. Вайсс, А. 101 идея для роста вашего бизнеса. Результаты новейших исследований эффективности людей и организаций / А. Вайсс. – Москва : Альпина Паблишер, 2014. – 402 с.
10. Виханский О. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: Учебник. / О. Виханский. – Москва : Издательство Московского университета, 1995. – 327 с.
11. Галкина, Т. П. Социология управления: от группы к команде [Текст] / Т. П. Галкина. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 224 с.
12. Гвишиани, Д.М. Организация и управление / Д.М. Гвишиани. – Москва : Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана, 1998. – с.

13. Григорьева, Е.И. Медико-социальные основы здоровья и рекреации: учеб. пособие / Е.И. Григорьева, Г.В. Ганьшина, И.А. Ерохина. – Тамбов : Издательство Першина Р. В., 2007. – 384 с.
14. Григорьева, Е.И. Современные технологии социально-культурной деятельности: учебное пособие / Е.И. Григорьева. – Тамбов : Издательство ТГУ им. Державина, 2002. – 284 с.
15. Гросул В. Я. Русское общество XVIII-XIX вв: традиции и новации / В.Я. Гросул. – Москва : Наука, 2003. – с.
16. Гэд, Т. 4D брэнддинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики / Т. Гэд. – Москва : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2013. – 230 с.
17. Демченко Е.В. О сущности понятия «корпоративная культура» / Е.В. Демченко // Молодой ученый. – 2018. – № 13 (199). – С. 227-229.
18. Денисон, Д. Изменение корпоративной культуры в организациях / Д. Денисон. – Москва : , 2013. – 192 с.
19. Дугина О. Корпоративная культура и организационные изменения / О. Дугина // Кадровый вестник. – 2000. – № 12. – С. .
20. Жарков, А.Д. Культурно – досуговая деятельность как самостоятельная отрасль педагогической науки / А.Д. Жарков // Образование и общество. – 2007. – № 2. – С. 98-104.
21. Жарков, А.Д. Теория и технология культурно-досуговой деятельности / А.Д. Жарков. – Москва : Издательский Дом МГУКИ, 2007. – 480с.
22. Ионин Л.Г. Социология культуры / Л.Г. Ионин. – Москва : Логос, 1998. – с.
23. Камерон Ким С. Диагностика и изменение организационной культуры / Ким С. Камерон, Роберт Э. Куинн; [Пер. с англ. А. Токарева под науч. ред. И.В. Андреевой]. – СПб. : Питер, 2001. – 310 с.
24. Кезин, А.В. Менеджмент. Методологическая культура / А.В. Кезин. – Москва : Гардарики, 2001. – 269 с.

25. Киселева Т.Г. Социально-культурная деятельность : учебник / Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. – Москва : МГИК, 2004. – 539 с.
26. Козлов, В. В. Корпоративная культура: опыт, проблемы и перспективы развития / В. В. Козлов. — М.: Гардарика, 2004. — 269 с.
27. Колесников, А.В. Корпоративная культура современных организаций. Курс лекций / А.В. Колесников. – Москва : Альфа-пресс, 2011. – 448 с.
28. Комиссарова С. А. Социально-культурная сущность клубных учреждений / С. А. Комиссарова // Вестник славянских культур. – 2008. – № 3-4 (10). – С. 159-166.
29. Концепция развития клубного дела в Красноярском крае до 2030 года // Государственный центр народного творчества Красноярского края : официальный сайт. – URL: <https://krasfolk.ru/metodicheskij-kabinet/kontseptsiya> (дата обращения: 30.04.2022).
30. Куприянов А. И. Российское благородное собрание и модернизация публичной жизни в дореформенной России / А. И. Куприянов // Уральский исторический вестник. – 2015. – № 4 (49). – С. 36-44.
31. Кэмерон, Г. Уходим в отрыв. Построение эффективной компании / Г. Кэмерон. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.
32. Левин Курт Разрешение социальных конфликтов / Курт Левин; [Пер. с англ. И. Ю. Авидон]. – СПб. : Речь, 2000. – 407 с.
33. Макеев, В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации / В.А. Макеев. – Москва : Ленанд, 2015. – 248 с.
34. Максименко А. А. Организационная культура: системно-психологические описания : Учеб. пособие / А. А. Максименко. – Кострома : КГУ им. Н.А. Некрасова, 2003. – 157 с.
35. Марков, А.П. Основы социокультурного проектирования: учебное пособие / А.П. Марков, Г.М. Бирженюк. – СПб : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 1997. – 260с.

36. Марков, М. Технология и эффективность социального управления / М. Марков. – Москва : Прогресс, 1982. – 267 с.
37. Маршев, В.И. История управленческой мысли / В.И. Маршев. – Москва : ИНФРА-М, 2011. – 468 с.
38. Мишурова И. В. Технологии корпоративного менеджмента : Учебное пособие для студентов экон. вузов / И. В. Мишурова [и др.]. – Ростов н/Д : МарТ, 2004. – 542 с.
39. Новаторов В. Е. Маркетинг в социально-культурной сфере / В. Е. Новаторов // Культура и образование. – 2015. – № 1 (16). – С. 80-87.
40. Новикова, Г.Н. Социально-культурные технологии как открытая инновационная система / Г.Н. Новикова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2004. – № 2. – С.
41. Новикова, Г.Н. Социально-культурные технологии как система управления социокультурной деятельностью / Г.Н. Новикова. – Москва : МГУКИ, 2004. – с.
42. Новикова, Г.Н. Технологические основы социокультурной деятельности / Г.Н. Новикова. – Москва : МГУКИ, 2010. – 158 с.
43. Об утверждении Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года : Распоряжение от 29 февраля 2016 года N 326-р // Правительство Российской Федерации. – 2016. – № . – Ст.
44. Орлова Э. А. Введение в социальную и культурную антропологию / Э. А. Орлова. – Москва : Изд-во МГИК, 1994. – 214 с.
45. Павловская, С. Н. Основные механизмы формирования корпоративной культуры в организациях социально-культурной сферы / С. Н. Павловская // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2011. – № 10(102). – С. 182-186.
46. Пригожин, А.И. Организации. Системы и люди / А.И. Пригожин. – Москва : Ленанд, 2015. – 176 с.
47. Рюттингер, Р. Культура предпринимательства / Р. Рюттингер. – Москва : ЭКОМ, 1992. – 237 с.

48. Смикиклас, М. Инфографика. Коммуникация и влияние при помощи изображений / М. Смикиклас. – Москва : Питер, 2014. – 152 с.
49. Соколов, А.В. Феномен социально-культурной деятельности / А.В. Соколов. – Санкт-Петербург : СПГУП, 2003. – 204 с.
50. Соколов, Э.В. Свободное время и культура досуга / Э.В. Соколов. – Ленинград : Лениздат, 1977. – 207 с.
51. Соотношение понятий организационной и корпоративной культуры // КиберЛенинка - научная электронная библиотека : сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sootnoshenie-ponyatiy-organizatsionnoy-i-korporativnoy-kultury> (дата обращения: 28.05.2022)
52. Спивак, В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. — СПб.: Питер, 2001. — 352 с.
53. Тарасова Н. Е. Корпоративная культура в современной организации / Н. Е. Тарасова, И. В. Пушилина // Символ науки: международный научный журнал. – 2019. – № 4. – С. 79-82.
54. Тараткевич, М.В. Человек и коллектив в системе управленческих отношений / М.В. Тараткевич. – Москва : Беларусь, 2011. – 304 с.
55. Томилов, В. В. Культура предпринимательства / В. В. Томилов. — СПб. : «Питер», 2004. — 368 с.
56. Туев В.В. Феномен английского клуба / В.В. Туев. – Москва : , 1997. – с.
57. Туев, В.В. Социально-культурная деятельность в таблицах и схемах / В.В. Туев. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2006. – 87 с.
58. Уорнер Малькольм Классики менеджмента : Энциклопедия / Малькольм Уорнер; [Пер. с англ. В. Кузин]. – СПб. : Питер, 2001. – 1160 с.
59. Управление персоналом : учебник для студентов вузов / Е. А. Аксенова, Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин [и др.]. – Москва : ЮНИТИ, 2001. – 554 с.
60. Флиер А. Я. Культурология для культурологов : Учебное пособие для высшей школы / А. Я. Флиер. – Москва : Акад. Проект, 2000. – 458 с.

61. Хажински, А. Гуру менеджмента / А. Хажински. – Москва : Питер, 2002. – 680 с.39
62. Хохлов, В.А. Сценарии корпоративных вечеринок / В.А. Хохлов. Москва : Поколение, 2013. – 304 с.
63. Шейн Эдгар Г. Организационная культура и лидерство / Эдгар Г. Шейн. – Москва [и др.] : Питер, 2011. – 330 с.
64. Шелдрейк Д. Теория менеджмента : От тейлоризма до японизации / Д. Шелдрейк. – СПб : Питер, 2001. – 352 с.
65. Шеридан, Р. Работа мечты. Как построить компанию, которую любят / Р. Шеридан. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 304 с.
66. Янькин П. В. Введение в психосемантику цвета : Учеб.-метод. пособие / П. В. Янькин. – Самара : Самарский гос-ый пед. университет, 2001. – 269 с.
67. Ярошенко, Н.Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология, теория / Н.Н. Ярошенко. – Москва : МГУКИ, 2000. – 204 с.
68. Allaire Y., Firsirotu M. E. Theories of Organizational Culture // Organization Studies. 1984. Vol. 5. P. 193–226;
69. Cohen A. Two-dimensional man. An essay in the anthropology of power and symbolism in complex society. — London: Routledge and Kegan Paul. — 460 p.
70. Scholz C. Organisationskultur: die 4 Erfolgsprinzipien. — Wiesbaden: Gabler, 1990. — 354 p.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 18 - Подходы к пониманию корпоративной культуры (Павловская, С. Н.)

Методологический подход	Авторы	Описание подхода
Феноменологический	Г. Морган, М. Луис, А. Петгигрю, С. Робинсон и др	Корпоративная культура в данном подходе рассматривается как символическая «конфигурация» поведения персонала, составляющими которой являются язык, ритуалы, мифы, идеологии, нормы, ценности, убеждения, образцы поведения. Данный подход способен мобилизовать человеческие ресурсы (как группы так и отдельной личности) на достижение определенных целей и задач.
Прагматический	У. Оучи, Т. Питере, Р. Уотерман	В данном подходе корпоративная культура воспринимается как образец значений и правил поведения, набор идеальных ценностей, принципов, воспроизводящихся и развивающихся в организационной среде и обеспечивающих ее эффективное функционирование в условиях неопределенности и риска.
Прагматический	И.Н. Шультц, Ф. Джеймсон, К. Кейси	Данный подход рассматривает корпоративную культуру как своеобразную форму идентификации индивидуального и коллективного в организации, своеобразный самовоспроизводимый образ, реконструирующий субъект-объектные отношения, призванные снизить неопределенность и напряженность.
Экономический	В. Сате, М. Альвессон, Т. Саффолд	Согласно данному подходу корпоративная культура оправдывает только то поведение, которое вписывается в приемлемую схему рационального поведения с максимальной прибылью и минимальными издержками.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

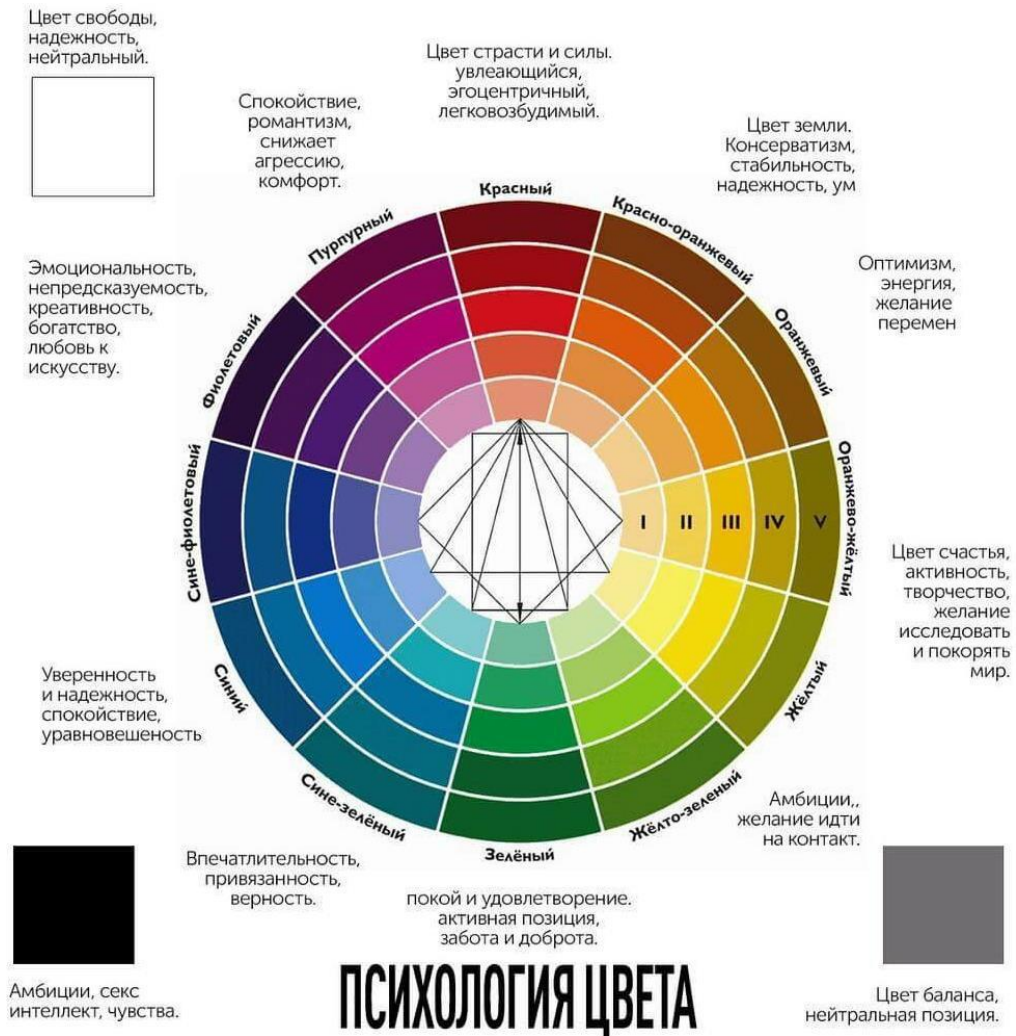


Рисунок Б.1 – Психология цвета

ПРИЛОЖЕНИЕ В

СТРУКТУРА МАУ «ГДК»



Рисунок В1 – Структура муниципального автономного учреждения «Красноярский городской Дворец культуры»

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Типология **DISC**



Рисунок Г1 – Типология DISC

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Количественное социологическое исследование путем анкетирования на тему «Корпоративная культура в МАУ ГДК».

Введение:

Здравствуйте! Я студентка Сибирского федерального университета, кафедры рекламы и социально-культурной деятельности. Прошу вас принять участие в анонимном опросе, созданном с целью улучшения корпоративной культуры в МАУ ГДК.

Благодарю за участие!

1. Ваш пол

- Мужской
- Женский

2. Ваш возраст

- От 20 до 35 лет
- От 36 до 45 лет
- От 46 до 55 лет
- От 56 до 65 лет
- Старше 65 лет

3. В каком отделе вы работаете?

- Отдел стратегического развития
- Отдел реализации услуг
- Отдел организации досуговой деятельности
- Творческий экспериментальный отдел
- Художественно-оформительский отдел
- Отдел хозяйственного обеспечения
- Инженерно-техническая служба
- Отдел народного творчества
- Бухгалтерия
- Охрана труда

Другое _____

4. Сколько лет вы работаете в МАУ ГДК?

Меньше 1 года

от 1 до 3 лет

- от 3 до 5 лет
- от 5 до 8 лет
- от 8 до 12 лет
- от 12 до 20 лет
- более 20 лет

5. Знаете ли вы, что такое корпоративная культура?

- Да, знаю
- Знаю, но не могу объяснить
- Не знаю

6. Читали ли вы «Кодекс этики и служебного поведения работников МАУ ГДК», а также «Положение о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК», которые есть на сайте городского Дома культуры?

- Да
- Не читал(а), но знаю содержание
- Не знал(а), что есть такие документы, но хочу их прочитать
- Не читал(а)

7. Как относитесь к строгим правилам и регламентам, связанным с культурой поведения на работе?

- Строгие правила должны быть, таким образом, формируется дисциплина и имидж
- Мне все равно
- Мне тяжело дается следовать строгим правилам
- Я против строгих правил

8. Вы знаете всех работников МАУ ГДК по именам, и кто чем может помочь в рамках решения рабочих вопросов?

- Да
- Нет
- Знаю только тех, с кем на работе провожу время постоянно

9. Вы придерживаетесь дресс-кода, который существует в МАУ ГДК?

- Конечно, у нас это обязательно
- Иногда могу прийти не по дресс-коду

- Придерживаюсь, но мне это не нравится
- Не придерживаюсь

10. Хотите ли вы чаще проводить время с коллегами в неформальной обстановке?

- Да, это было бы интересно
- Я и так много времени провожу с коллегами, хочу от них отдохнуть


11. Какие традиции есть у вас в коллективе?

12. На сколько баллов от 1 до 5, по вашему мнению, развита корпоративная культура в учреждении, где вы работаете?

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Диаграммы количественного исследования

Ваш пол
105 ответов

 Копировать

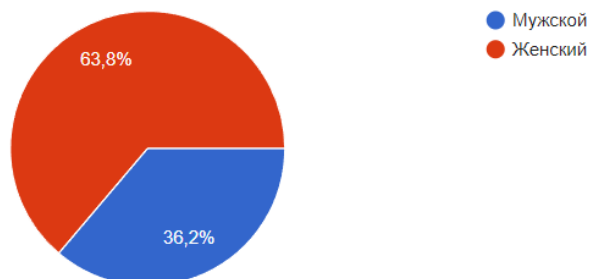



Рисунок Е.1. – Пол респондентов

Ваш возраст
105 ответов

 Копировать

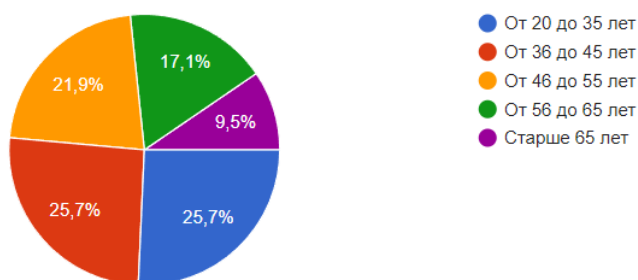



Рисунок Е.2. – Возраст респондентов

Сколько лет вы работаете в МАУ ГДК?
105 ответов

 Копировать

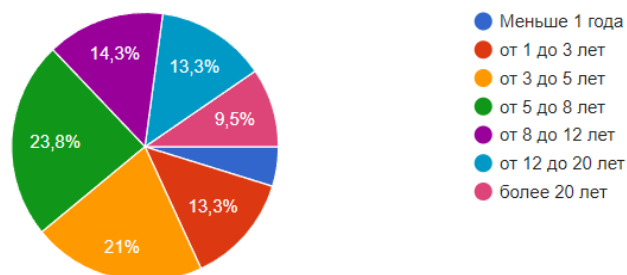


Рисунок Е.3. – Сколько лет работают респонденты в МАУ ГДК

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Знаете ли вы, что такое корпоративная культура?

 Копировать

105 ответов

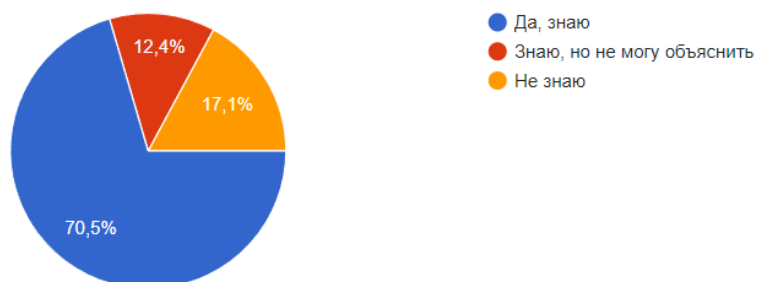


Рисунок Е.4. – Понимание респондентами корпоративной культуры

Читали ли вы «Кодекс этики и служебного поведения работников МАУ ГДК», а также «Положение о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК», которые есть на сайте городского Дома культуры?

 Копировать

105 ответов



Рисунок Е.5. – Знание респондентами нормативных документов, связанных с корпоративной культурой ДК

Как относитесь к строгим правилам и регламентам, связанным с культурой поведения на работе?

 Копировать

105 ответов



Рисунок Е.6. – Отношение к строгим правилам

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Вы знаете всех работников МАУ ГДК по именам и кто чем может помочь в рамках решения рабочих вопросов?


 Копировать

105 ответов



Рисунок Е.7. – Знание коллег по именам и сферам деятельности

Вы придерживаетесь дресс-кода который существует в МАУ ГДК?

 Копировать

105 ответов



Рисунок Е.8. – Отношение к дресс-коду

Хотите ли вы чаще проводить время с коллегами в неформальной обстановке?

 Копировать


105 ответов



Рисунок Е.9. – Отношение к досугу с коллегами

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Е

На сколько баллов от 1 до 5 по вашему мнению развита корпоративная культура в учреждении, где вы работаете?

 Копировать

105 ответов

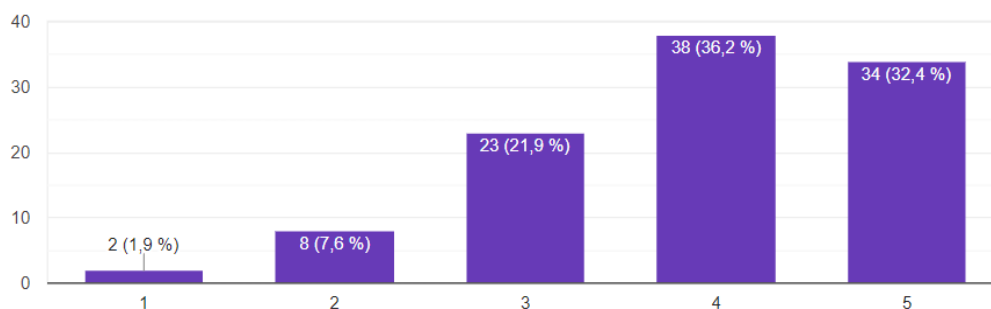


Рисунок Е.10. – Качество корпоративной культуры в МАУ ГДК по мнению респондентов

Таблица Е.1 – Ответы на вопрос «Какие традиции есть у вас в коллективе?»

№	Ответ
1	Регулярно проводится собрание трудового коллектива, санитарные пятницы, праздничные корпоративы
2	Совместные праздники (Новый год, 23 февраля, 8 марта, открытие и закрытие творческого сезона, дни рождения коллег) сотрудников
3	Дисциплина
4	Корпоративы, календарные праздники, поздравляем с днём рождения
5	Собрания, субботники, поздравления с праздниками и ДР
6	Не ознакомлен с традициями своего трудового коллектива
7	Необычные поздравления с днём рождения
8	Собрания и субботники
9	Совместные выезды, но не часто
10	Корпоративы
11	Заходить к друг другу и пить чай на обеде
12	ДР, праздники, походы, костры
13	Каждый год выезд, отмечать юбиляров
14	Корпоративы, закрытие и открытие сезона
15	Корпоративы, собрания, субботник
16	Отмечаем календарные праздники
17	Поздравления, праздники, субботники
18	Массовое поздравление с Днём рождения
19	Собрания
20	Посиделки после концертов
21	Поздравление работников с юбилеями

ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Окончание таблицы Е.1

22	Праздники, поздравления с днём рождения
23	Отмечаем вместе новогодние праздники, открытие и закрытие творческих сезонов
24	Корпоративы по праздникам
25	Нет слова "не могу"
26	Выход на пикник, выходы в театр, в батуты, фотосессии
27	Субботник, собрания, открытие и закрытие творческого сезона
28	Субботники, собрания, корпоративы
29	Корпоративные праздничные мероприятия, юбилейные поздравления
30	Традиций нет
31	Необычные поздравления на праздники
32	Дружелюбие
33	У нас нет традиций
34	Празднование Дня рождения
35	Стопочка коньяка перед обедом, для аппетита
36	Празднование праздников; поздравления с Днём Рождения
37	Поздравления с днём рождения
38	Корпоративы по календарным праздникам

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж
Стенограммы личных интервью

Респондент 1 - Широкова Юлия Сергеевна, художественный руководитель в МАУ ГДК.

Модератор: Здравствуйте! Назовите, пожалуйста, ФИО, должность, и сколько вы работаете в ДК.

Респондент 1: Здравствуйте! Широкова Юлия Сергеевна, художественный руководитель, в МАУ ГДК работаю с 2006 года.

Модератор: Почему вы пришли работать в Дворец культуры?

Респондент 1: С детства любила сцену. В свое время поступила на режиссуру театра. Начала искать, где можно совместить организацию мероприятий и работу на сцене, мой взгляд упал на Дворец культуры.

Модератор: Почему вы продолжаете работать в ДК?

Респондент 1: Это моя любимая работа.

Модератор: Знаете, что такое корпоративная культура, и как думаете, есть ли в ДК корпоративная культура?

Респондент 1: Да, знаю. Скорее есть, чем нет. Мы поддерживаем деловой стиль одежды, стараемся правильно общаться.

Модератор: Вы читали «Кодекс этики и служебного поведения работников»?

Респондент 1: Да, даже частично помогала составлять.

Модератор: Вы читали «Положение о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК»?

Респондент 1: Наш юрист на общем собрании рассказывала, что подарки не должны стоить более 3-ех тысяч рублей.

Модератор: Какие есть традиции в ДК?

Респондент 1: Мы отмечаем праздники: Новый год, 8 марта, 23 февраля. Есть традиция собираться коллективом на открытие и закрытие творческого сезона, где мы друг друга поздравляем, общаемся, делаем

сюрпризы, подготавливаем номера. С днем рождения часто творчески поздравляем, делаем сюрпризы, переделываем песни.

Модератор: Правда ли что на творческой работе праздник перестает быть праздником? Можно ли это назвать спецификой работы в ДК?

Респондент 1: Да, для нас праздник – это работа. Нужно написать сценарий, все организовать, собрать коллективы, все подготовить, выучить, провести. Это сложно и требует больших интеллектуальных вложений, так как каждый год нужно придумывать что-то новое. Устаёшь в Новый год, а также когда начинается пора отчетных концертов. Отчетные концерты обычно в выходные дни, и получается так, что у нас какой-то период не бывает выходных.

Мы даже в отпуске придумываем, что будем делать в следующем сезоне.

Модератор: Хочется ли вам вместо празднования Нового года, 8 марта и 23 февраля вместе с коллективом, просто взять выходной?

Респондент 1: От этих праздников не хочется отказываться, они сплачивают коллектив. Когда 8 марта организуют мужчины, девочки отдыхают, а 23 февраля отдыхают у нас мужчины. Мы не ждем подарков, мы ждем внимания и отдыха в этот день. На новый год мы сами себе организуем мероприятие.

Модератор: Какая, по вашему мнению должна быть идеальная корпоративная культура во Дворце культуры?

Респондент 1: Идеального ничего не бывает, но хотелось бы, чтобы внешний вид соответствовал заявленным требованиям. Хотелось, чтобы все со всеми разговаривали вежливо, бывает, когда срываются друг на друга. Хочется, чтобы руководители уважали личное время, когда заканчивается работа, и начинается личная жизнь. Чтобы не звонили и не тревожили во вне рабочее время.

Модератор: Помогли бы психологические тренинги или коуч-сессии для формирования корпоративной культуры в ДК? Нужны ли они?

Респондент 1: Иногда было бы хорошо делать психологические разгрузки, когда можно было сесть, помедитировать или выговориться, а потом дальше пойти работать. Или можно было бы рисовать, как делают в некоторых компаниях. Или сделать комнату с мягкими подушками. Но мы спим и работаем, поэтому, скорее всего это не сработает.

Модератор: Какие есть особенности работы в ДК?

Респондент 1: Проф.деформация. Чем больше мы читаем, тем больше мы знаем, если мы не получаем новую информацию, мы истощаемся как авторы. Важно читать новости и быть в курсе событий. Мы без президента никуда.

Все, что мы делаем – мы делаем качественно, мы не можем себе позволить сделать футболки из плохих материалов. Мы не можем себе позволить выйти на сцену, и вручить человеку диплом без рамочки. На корпоративе у нас скатерти и салфетки под цвет времени года, икебаны под тематику. Это наш стиль, это наш имидж. Мы делаем самые масштабные городские проекты.

Летом важно ходить в капроне, но для меня это тяжело. Сцена не терпит голых ног и открытых носок.

Модератор: Вы знаете историю ДК?

Знакомят ли с историей новых работников?

Респондент 1: В целом да, могу назвать основные исторические моменты и изменения. С историей новых работников не знакомят.

Модератор: Есть ли символ у МАУ ГДК?

Респондент 1: Сейчас разрабатывается символ ДК – Гордик, это полу бурундук, полу белка. Также разработан новый брендбук. На этапе согласования оформление площади. Разрабатывается приложение Дворца, где онлайн экскурсию будет проводить Гордик.

Модератор: Собираетесь ли вы с коллективом в неформальной обстановке?

Респондент 1: Раньше летом собирались на даче, жарили шашлыки, сейчас такого нет. Коллективом выезжали в Успенский.

Модератор: Как можно улучшить корпоративную культуру?

Респондент 1: Серьезней относиться к некоторым моментам. Принимать замечания и изменять. Следить за внешним видом, соблюдать гигиену

Модератор: Проводят ли в ДК собрания, посвященные корпоративной культуре?

Респондент 1: Бывают собрания трудового коллектива, на котором акцентируют внимание на некоторых пунктах.

Модератор: Благодарю за ваши ответы!

Респондент 2 - Мельничук Любовь Юрьевна, режиссёр в МАУ ГДК.

Модератор: Здравствуйте! Назовите, пожалуйста, ФИО, должность, и сколько вы работаете в ДК.

Респондент 2: Здравствуйте! Беленчук Любовь Юрьевна, режиссёр, 4 года работаю в МАУ ГДК

Модератор: Как думаете, есть ли в МАУ ГДК корпоративная культура?

Респондент 2: Скорее да.

Модератор: Почему неуверенный ответ?

Респондент 2: Потому что это творчество, а творческий процесс не поддается субординации в прямом её понимании, которая может быть в других учреждениях: на заводе, в офисе, в банке.

Модератор: У вас есть документы с правилами поведения и внешнего вида?

Респондент 2: Общие, которые разрабатывали для всех учреждений, есть, что-то там подписывали, какие-то документы по поводу того, что нужно соблюдать правила приличия.

Модератор: Вы читали «Кодекс этики и служебного поведения работников» и «Положение о подарках и знаках делового гостеприимства МАУ ГДК»?

Респондент 2: Мы подписывали, что подарки дороже 3-ех тысяч являются взяткой. На собраниях трудового коллектива нас оповещали о том, что такие документы есть.

Модератор: Вы знаете, что в ДК есть дресс-код?

Респондент 2: Я понимаю, что нельзя приходить в купальнике, грязной, в неопрятном виде, никаких открытых и вызывающих вещей. Но это общие правила. Я работаю с людьми, это культурное учреждение, соответственно люди, смотрящие на нас, должны понимать, как ходить можно, а как нельзя. Такого дресс-кода, как в учреждении банка, когда все должны приходить белый низ, черный верх, у нас такого нет.

Модератор: Как вы относитесь к строгим правилам?

Респондент 2: Они ограничивают свободу. Мне было бы неудобно идти в юбке. Я выбираю свою одежду в зависимости от того, какое у меня самочувствие, какое настроение, какая погода. Я не позволяю себе приходить в вызывающих нарядах или неопрятно выглядеть. Зачем мне ряд ограничений по моему внешнему виду.

Модератор: Каким вы видите ДК с идеальной корпоративной культурой?

Респондент 2: Все должно зависеть от человека. То, что происходит в нашем кабинете, в нашем коллективе, это одна часть, и её не поймет полностью бухгалтерия или отдел кадров. В моём отделе у меня все прекрасно, мы с полуслова понимаем друг друга. Мне не нужно подбирать 200 раз слово, чтобы они поняли, что я от них хочу. Также и я. Не нужно обращение по всем приличиям. Зачем тратить лишнее время. В отделе мы общаемся все на «ТЫ».

Модератор: Как думаете, какие могут быть особенности в организации корпоративной культуры в ДК?

Респондент 2: Каждый человек занимается своим делом, у кого-то творческая направленность, у кого-то с бумажками работа, кто-то занимается финансами, у кого-то работа, чтобы все кабинеты были чистые. Мы все очень разные. Дворец создан для того, чтобы окультуривать общество, но и мы, творческие сотрудники не могли бы справиться без хозяйственного отдела, которые обеспечивают нам нашу работу. Сказать то, что у нас храм творчества, и все тут творческие не возможно, каждый делает свою работу. На мой взгляд, стоит не вмешиваться, когда общаются мужики и вытаскивают тяжелые декорации. Единственное, о чем я говорю, это между собой вы общаетесь так, но когда рядом с вами люди, сдерживайтесь и думайте, что вы говорите, вас могут слышать.

Во время пандемии я придумала мероприятие «день экскурсовода», и мы со всеми девчонками собрались. Я договаривалась с музеями, в Караульную пещеру ходили, на экскурсию стрит-арта, уличные экскурсии были. У нас есть направления в работе – «профориентация» и «что ни день, то праздник», я все это совместила.

Модератор: Есть ли у вас традиции?

Респондент 2: В нашем кабинете много традиций, мы не распространяемся о них, потому что это наше личное, дружеское. В нашем кабинете невозможно быть просто коллегами, это всегда личная взаимосвязь. Когда ты пишешь сценарий, ты понимаешь, кто что сможет сделать. Нас все устраивает друг в друге. Если говорить про общие традиции, в Новый год мы часто играем в «тайного Санту», и под новый год каждый получает что-то от другого человека. На день рождения многие именинники приносят угощения. На открытие и закрытия сезона после концерта устраивается корпоративный сабантуйчик.

Модератор: А на свои дни рождения вы приглашаете коллег?

Респондент 2: Да, часто такое бывает, но люди не ждут этого приглашения. Также собираются деньги, и мы поздравляем именинника. Мы все общаемся, и люди понимают, они просто дарят подарок имениннику, или

их потом ещё ждет какое-то угощение. Это может быть знак внимания, мы одной из коллег, у нее день рождения в июле собирали букет из зелени, редисок. Очень часто в нашем отделе поздравления необычные, зачастую в неловкие ситуации мы ставим именинника, шутим над ним. Но мы понимаем, кого так поздравлять. И директора все идут поздравлять, она всегда ждет творческий подарок.

Модератор: Можете ещё вспомнить какие-то традиции?

Респондент 2: В целом очень много общения вне дворца нашим отделом. Есть традиция погулять на обеде, мы не можем здесь сидеть. Мы можем вместе пойти кофе попить, по магазинам походить, а можем по отдельности разбежаться.

Модератор: А где вы обедаете?

Респондент 2: В ДК, либо с собой берем, либо что-то покупаем.

Модератор: Благодарю за ваши ответы!

Респондент 3 - Ворошилова Анастасия Сергеевна режиссёр в МАУ ГДК.

Модератор: Здравствуйте! Назовите, пожалуйста, ФИО, должность, и сколько вы работаете в ДК.

Респондент 3: Здравствуйте! Ворошилова Анастасия Сергеевна режиссёр, в ДК работаю уже 8 лет.

Модератор: Сколько вы хотите оставаться в ДК?

Респондент 3: Пока это будет приносить мне в удовольствие, и работа будет в радость. Когда я пойму, что я перешла какой-то порог и мне не интересно, можно будет попрощаться. Я не могу свою профессию назвать профессией, это уже жизнь. И теперь я не представляю свою жизнь по-другому.

Модератор: Вы знаете, что такое корпоративная культура?

Респондент 3: В общих чертах да. Что-то мы подписывали.

Модератор: Вы знакомы с историей ДК?

Респондент 3: Примерно да, что 47 лет Дворцу. Я попала в режим перестройки, здесь ещё жил советский союз. Видела, как меняется коллектив.

Модератор: У вас проводятся обучающие мероприятия, повышающие квалификацию?

Респондент 3: Да, раз месяца в два-три, кто-то идёт на мастер-классы, кто-то переквалифицируется. Это постоянная практика.

Модератор: Это оплачивает ДК?

Респондент 3: Не все.

Модератор: Вы знаете всех сотрудников по именам?

Респондент 3: Да, всех. Могу только не знать некоторых помощников руководителей коллективов, потому что с ними ты не контактируешь и редко встречаешься. У нас 60 с чем-то коллективов, и по именам всех знаю.

Модератор: У вас 107 сотрудников, и вы знаете всех?

Респондент 3: 107? Ну, значит всех! Единственное могу не всех знать из подведомственных учреждений, потому что мы с ними не взаимодействуем.

Модератор: Какая должна быть корпоративная культура во Дворце культуры? Как вы её видите?

Респондент 3: Самое главное – это уважение друг к другу вне зависимости от того, начальник ты или подчинённый. И доверие очень важно. А в нашем отделе корпоративная этика меня устраивает.

Модератор: Многие компании считают, что дресс-код позволяет дисциплинировать работу. Как вы к этому относитесь?

Респондент 3: У нас это невозможно. Даже если захотеть, строгую дисциплину невозможно во дворце культуры создать. Я не буду на репетиции по 4 часа ходить на каблуках и в юбке. Если у нас большое городское событие, и мне нужно будет выйти в фойе, естественно я надену брючный костюм, классическую обувь.

Модератор: У вас проводятся общие собрания всех отделов? Как они проходят?

Респондент 3: Да, собирается весь коллектив Дворца культуры. Перед нами выступает директор, говорит, какие вопросы необходимо обсудить, потом даёт слово заму по хозяйственной части, инженеру по охране труда. Потом выступает зам директора по творческой части. Поднимаются наиболее важные вопросы. И завершает все директор. Обычно в финале идут награждения. От 40 минут до 1,5 часов это все длится.

Модератор: А как вы решаете проблемы?

Респондент 3: Это зависит от источника проблемы. Если проблема у нас, мы постараемся её решить сами, если не можем решить сами, то это зам по творчеству, если и она не может решить, тогда решает директор. Обычно это зависит от того, где произошла проблема.

Модератор: Какие есть традиции в ДК?

Респондент 3: Зарядка у нас есть! Когда началась пандемия, было много свободного времени, и мы занимались по два раза в день. В прошлом году нашли советскую зарядку. Потом эта традиция переросла в форму мероприятия, она стоит в плане и проводится на площади перед Дворцом культуры.

Модератор: Кто участвует в этой зарядке?

Респондент 3: Все желающие. Бабушки выходят, дети, сотрудники.

Модератор: Какие ещё традиции ещё есть?

Респондент 3: Помогать друг другу, потанцевать. Любовь Юрьевна любит нам загадки загадывать. Мы играли в налобники, когда на лоб клеится слово и его нужно угадать. Каждый год мы ставим ёлку в кабинете, но нас заставили её убрать в апреле. Мы любим, чтобы у нас были игрушки, афиши. Когда один стол освободился, у нас появился новый сотрудник – Гриша (игрушка). Ещё у нас была традиция, но не долгая, на двери мы клеили праздник. И стараемся выходить на природу, когда становится тепло.

Модератор: Какие особенности вы можете выделить в формировании корпоративной культуры в ДК?

Респондент 3: В году 2018 случилась реформа, когда нужно было переделать формат, и хотели, чтобы бухгалтерия к нам не относилась, и хозяйственная часть, мы это отстояли. Но охранники, гардеробщицы, клининговые компании теперь к нам не относятся. Мы знакомы с коллективами в других ДК, и у них все по-другому. В одном дворце более теплые и мягкие отношения с директором, а у нас здесь, наоборот, все намного строже. У нас больше разграничения между административным и творческим отделом. Субординация сильнее и ярче прослеживается.

Модератор: Как вы считаете, как правильнее?

Респондент 3: Я считаю, что отношения должны быть мягче. Человеческий ресурс иссекаемый, ты не можешь быть в трёх местах одновременно, но там стремятся поднять планку. Но, несмотря на это, я обожаю этот коллектив, у меня есть с чем сравнить. Я работала в Геленджике в ДК, и там каждый был сам за себя. Здесь у нас есть дисциплина, очень строгая.

Модератор: Что может способствовать смягчению?

Респондент 3: Это уже личное.

Модератор: Спасибо большое за ваши ответы!

**Респондент 4 - Бортникова Виктория Сергеевна, методист-ведущий
МАУ ГДК**

Модератор: Здравствуйте! Назовите, пожалуйста, ФИО, должность, и сколько вы работаете в ДК.

Респондент 4: Бортникова Виктория Сергеевна, методист-ведущий, работаю 2,5 года.

Модератор: Что вас привлекло в ДК?

Респондент 4: Я работала в музыкальной школе, там перестала устраивать заработная плата. Так как у меня высшее образование менеджмент, я отправила резюме по ДК, и здесь требовался человек. А когда мы учились в институте, именно здесь я проходила практику. Я примерно понимала, что здесь круто.

Модератор: Вы знаете, что такое корпоративная культура?

Респондент 4: Я примерно представляю, что это традиции, обычаи, общение, поведение. Все, что сложилось внутри определенного учреждения. Но важно понимать, что невозможно сравнить нашу корпоративную культуру с банками.

Модератор: Можете вспомнить традиции, которые ещё не называли?

Респондент 4: 23 февраля и 8 марта мы не просто поздравляем друг друга, это всегда театрализация, или большой ролик, снятый с определенной тематикой, квесты устраивали. В этом году для мужчин мы устроили посвящение в войска, а потом для них мы устроили фотосессию, затем было застолье.

На 8 марта мужчины нам делают концерт. Они всегда побеждают в столе, так как их мало, они готовят с нами. Один раз они собрали мультиварки, праздник был на сцене, они готовили плов.

Модератор: А как у вас проходят собеседования на работу?

Респондент 4: Первый этап - я выслала резюме, затем мне позвонили из отдела кадров, пригласили на собеседование, попросили прислать сценарий. Я пришла, и меня сразу отвели к директору. Лада Викторовна приблизительно меня узнала, спросила, что было на предыдущей работе, потом меня завели в этот кабинет, меня представили. Потом мы пошли в отдел кадров, мне рассказали про зарплату, график.

Модератор: Вам рассказывают про историю ДК, когда приходит новый сотрудник?

Респондент 4: Нет

Модератор: Вы знаете про кодекс этики, который есть в МАУ ГДК?

Респондент 4: Мы его не читали, и не было у нас собрания, чтобы объяснить, что к чему. К нам приходили, рассказывали основные моменты, что нужно вести себя прилично, следить за речью, за внешним видом.

Модератор: Какая должна быть идеальная корпоративная культура в ДК по вашему мнению?

Респондент 4: Уважение, и хотелось бы добавить, чтобы не было места настроению. Что плохое настроение не должно отражаться на других сотрудниках. У нас все очень эмоциональные, взрывные, быстрые, шустрые. Бывает, что накапливается, и людям тяжело это держать в себе. Часто попадаешь под горячую руку, этого хочется избежать.

Модератор: Как вы решаете такие конфликты? Или они не решаются?

Респондент 4: Они не решаются. Все на понимании, просто стараешься сам так не делать.

Модератор: Как думаете, был бы полезен коучинговый тренинг для работников, чтобы они что-то выплеснули?

Респондент 4: Я думаю, круто проводить тимбилдинги на природе, какие-то активные виды отдыха с коллективом. Это было бы круто. Было бы интересно послушать про психологию, этику,

Модератор: У вас обязательно здороваться со всеми?

Респондент 4: Да, это уже на автомате.

Но есть личные факторы, когда кто-то с кем-то не здороваются. В гардеробе не всегда здороваются.

Модератор: Как думаете, какие особенности есть в ДК?

Респондент 4: Не все понимают, что для нас праздник это работа. Было бы хорошо, если бы наняли профессионального ведущего, а мы отдыхали на празднике. В Новый год мы 15 декабря вступаем на боевой фронт, и до 31 декабря у нас нет выходных. Многие не хотят идти на корпоратив, потому что у всех свои дела. Мы предлагали на корпоративы съездить на шашлыки, снять беседки, сходить в боулинг, по-другому провести время, кто до 40 лет соглашались, остальные нет.

Модератор: А если корпоратив проводить после нового года?

Респондент 4: Пробовали, настроения уже нет. У многих дела, кто-то уезжает.

Модератор: Какие ещё есть особенности в ДК?

Респондент 4: Лучший праздник – это отдых. Мы отделом общаемся неформально, но когда собирается большой концерт, там мы называем друг друга по имени и отчеству. У нас есть прозвища, которые мы даём друг

другу, но они не должны звучать при других людях. Также есть негласная договоренность, что все, что происходит на сцене, остается на сцене. Если кому-то вручают грамоты, мы громче всех кричим. Если мы где-то находимся, нас везде слышно. В БКЗ наш дворец называли лучшим в крае, мы сидели на самом последнем ряду, нас слышали все. Когда надо поддержать Дворец, мы всегда поддерживаем. Если мы возвращаемся с мероприятия, у нас забит костюмами автобус, мы никогда не оставим костюмеров и художников просто так, мы все вытащим и загрузим сами. Взаимовыручка, помощь.

Модератор: Вы ходите на культурные мероприятия города?

Респондент 4: Если есть время. Вообще директор говорит, что мы должны побывать везде, где что происходит, особенно если есть пригласительные. Но если есть интересные мероприятия и мы хотим на них пойти, тогда билетов обычно нет. На выставки и в театры сложно выбраться. Раньше в театр оперы и балета мы могли два раза в месяц сходить на мероприятие, потому что у нас здесь сидела женщина, которая распространяла билеты, но где-то в 2018 году это перестали делать. Все хотели на Дельфийские игры попасть и на Универсиаду, билетов не было. На Дельфийские игры дали 1 билет на весь ДК. В театр не всегда получается из-за графика сходить. Была ситуация, когда девушка за 3 месяца купила билет на спектакль, и за неделю поставили мероприятие, она не смогла сходить.

Модератор: Благодарю за ваши ответы!

Респондент 5 – Махновская Татьяна Николаевна, отдел хозяйственного обеспечения.

Модератор: Скажите, пожалуйста, Ваши ФИО, должность и сколько вы работаете в ДК?

Респондент 5: Махновская Татьяна Николаевна. Работаю в отделе хозяйственного обеспечения. В ноябре будет уже 23 года.

Модератор: А почему вы пришли в ДК?

Респондент 5: Изначально сюда устроилась, т.к. был маленький ребенок на руках, в гардероб. Подрабатывала вечерами. Потом взяла ставку уборщицы. Потом с гардероба ушла, в администраторы на вахту, раньше назывались «вахты», а не «ресепшен». И до 2007 года я просидела на вахте, а с 2007 года стала начальником хозяйственного отдела.

Модератор: Почему вы здесь остаетесь, что вас здесь удерживает, привлекает?

Респондент 5: Нравится! Нравится коллектив. Здесь уже стены как родные, каждую знаешь. А куда-то идти.. везде хорошо, где нас нет, поэтому даже не думаю об этом.

Модератор: Вы знаете, что такое корпоративная культура? Или, может, понимаете, что к ней относится?

Респондент 5: Ну, я даже не знаю, что к этому относится.. Это вот о чем мы говорили – корпоративы, да? Правильно?

Модератор: Корпоративная культура – это не только корпоративы. Это миссия, ценности, дресс-код, поведение людей, определенные традиции, тимбилдинг – вот это все корпоративная культура. И в связи с чем вопрос: есть ли у вас корпоративная культура?

Респондент 5: Ну да, есть!

Модератор: А что вы в нее включаете?

Респондент 5: ну что включаем.. всё включаем!

Модератор: Ну, например? Какие традиции у вас есть?

Респондент 5: Каждый праздник собираемся вокруг стола. Накрываем стол, из бутербродов. Как корпоративчики небольшие – 8 марта, 23 февраля, Новый год, открытие и закрытие сезона. Такие у нас свои традиции.

Модератор: а вот по наполнению: может быть есть в этих мероприятиях какие-то свои традиции, которые вы реализуете?

Респондент 5: ну по таким традициям.. когда собираемся, каждый коллектив делает от себя какой-нибудь номерочек, готовит к этому мероприятию. Вот ко дню культурного работника у нас был корпоративчик. Мы все стояли часа полтора, наверное, песенки пели, весь коллектив. Шесть столиков было, вот вокруг них стояли, никто не расходился, принесли гармошки с коллектива («Родничок»- этническая музыка) и все пели! Ну вот такие традиции у нас.

Модератор: Может есть какие-нибудь кричалки у вас? Слоганы?

Респондент 5: Ну как бы они есть, бывают, не всегда, но бывают. У нас каждый корпоратив что-то новое придумывается. Чуть ли не пишется сценарий к каждому этому мероприятию. Поэтому всегда по-разному идет.

Модератор: Хорошо. А вы как относитесь к Кодексу этики и служебного поведения, который есть у вас в ДК? Читали ли вы его?

Респондент 5: Обязательно! Мы должны своих посетителей встречать, общаться с ними грамотно, ни в коем случае ничем не обидеть, поэтому мне нравится, что это есть. Чтобы постороннего человека встретить и проводить, посоветовать что-то, рассказать, какой коллектив есть, чем занимается. Я еще помню часть коллективов, еще когда на вахте работала сидела, запомнились те коллективы, в которых тогда ребятишкам было по пять лет, теперь им уже по пятнадцать, ходят взрослые. И всегда и с родителями общались, и советовали. Мы «за», чтобы к нам все ходили и чтобы всем у нас нравилось!

Модератор: А у вас случается такое, что вы в коллектив привлекаете и свою семью каким-то образом? Ну, например, дети ходят и т.п.

Респондент 5: Да, обязательно! Ну как бы не привлекаю, но когда каникулы, она обязательно здесь. Вот у нас весной зарядка была на улице, и

по телевизору показывали, «День здоровья», она даже в кадр попала! В первом ряду она стояла с группой здоровья. Всегда спрашивает: «Мама, на работу идем?», отвечаю, что конечно идем! Она с удовольствием! Также двое племянников ходят, занимаются в кружке.

Модератор: То есть, идет такое объединение, да? Это не только у Вас, это еще и у других так же?

Респондент 5: Ну а как же, да! И вот у Ирины Сергеевны Широковой (худ.рук.), у нее дочь здесь занимается. Она в театре занимается и в «Чистом звуке» поёт.

Модератор: Еще такой вопрос: вы платите за то, что дети занимаются?

Респондент 5: По оплате вот не знаю, у меня же не именно мой ребенок занимается. Она сюда просто приходит, бесплатно. А племянники платят, на платной основе, как все. У Ирины Сергеевны тоже вроде платят. Или у них идут как спонсорские, то, что они выезжают, как бы ищут спонсора. Честно, вот про них не знаю.

Модератор: А есть ли какие-то конфликты у вас в коллективе?

Респондент 5: Не знаю, я не замечала, вот честно. Конечно, работа есть работа, где-то каждый в своем мероприятии, бывает, и не довольны. Ну обычно обговорили все, на планерке обсудили, все, друг другу руки пожали – рабочие моменты и все, опять же, друг друга любим на следующий день. Вот такое у нас! [смеется]

Модератор: а хотели бы вы больше времени проводить с коллективом? В неформальной обстановке

Респондент 5: Ну как вот в неформальной обстановке.. здесь мы получается с утра до ночи, с коллективом, домой идем только ночевать. И утром опять здесь. И так, по-моему, достаточно времени.

Модератор: а у вас какой график?

Респондент 5: с 9 до 18 рабочий день, с часу до двух обед. А когда мероприятие – ненормированный день, мы работаем от и до. Вот Универсиада была, так мы тут и до десяти вообще сидели. Дельфийские игры – пока последнюю команду не вывезут, мы отсюда никуда не уходили. Потому что это проверка технического персонала, уборщицы как убирают комнаты, всё-всё-всё чтобы везде было хорошо, чтобы было доступная и бумага, и мыло. И контроль, не заляпаны ли стекла. Это у меня вообще фишка, не дай Бог! Гости зайдут, а у нас стекла не натертые, это конечно вообще. Даже бывает пускай вот там грязь лежит, ее так не увидят, как они идут и в стекло смотрят, а оно все заляпано.

Модератор: Каким, по вашему мнению, должен быть ДК, как он должен быть устроен с идеальной корпоративной культурой? Вот прям чтобы идеальная картинка. Как вы это видите?

Респондент 5: я даже не знаю.

Модератор: может это какие-нибудь мероприятия традиционные, каждую неделю если проводятся. Если так, то какие они, на какую тему.

Респондент 5: ну у нас не получается, у нас времени, как говорится, для себя нет. У нас расписан план вот на май, пять листов мероприятий. Поэтому для себя мы никак, времени на это не остаётся. Конечно, может и хотелось бы, но..

Модератор: куда-то может выезжать на природу хотелось бы, или это не нужно просто?

Респондент 5: да ну, почему, хотелось бы, конечно. У нас тут как-то раз мероприятий не было, не помню уж в каком году, вот мы в мужской монастырь выезжали. Какая красота там! Так нагулялись, так было здорово! И потом мы собирались ещё съездить, но всё, нас мероприятия перекрыли и мы никуда не поехали. Если, например, я не участвую в мероприятиях, то весь творческий коллектив, все методисты задействованы. Ну и естественно,

мы вдвоём-втроём не поедем же. Редко очень получается, чтобы мы все вместе были. Девятого мая митинг прошёл - все здесь были, концерт начался, в два часа часть наших творческих уезжает в центр, на театр оперы и балета, там работают. Потом оттуда на БКЗ, после десяти только домой, а мы здесь все разбирали. Потом на «рассвет» утаскивали оборудование, потому что десятого числа был матч, хоккеисты играли, мы там задействованы. По всему району, вдоль и поперёк. Но зато весело! Общение прежде всего.

Модератор: а как у вас происходит взаимодействие на мероприятиях? Вот когда вы непосредственно организовываете, когда нужно выполнять какие-то задачи. В телефоне, или какие-то может быть беседы, или приложения? Как это происходит?

Респондент 5: по телефону, да. Но мне ещё бывает проще, когда телефон могут не услышать, я на верхнюю ступеньку встаю и вот так посмотрела, рукой махнула и все, сразу нашла, кто нужен. Лучше лицом к лицу переговорить.

Модератор: поняла, ага. Так, а если возвращаться к традициям, есть ли ещё традиции, которые вы можете выделить? Помимо того, что вы праздники вместе отмечаете. К традициям можно отнести как раз дресс-код, можем отнести какие-то ритуалы, которые могут у вас проходить.

Ну допустим как у вас проходит начало года? Когда открываете сезон.

Респондент 5: сезон мы открываем именно в октябре. Большое. Во-первых открытие сезона у нас получается конец августа: «запишись-внедрись», как-то так, акция. Что приходят с детишками и записываются в наши кружки. Август-сентябрь это примерно. А вот открытие уже соответственно в октябре. Программа проходит, всё, сезон открыли, стартанули и пошли.

Модератор: я насколько понимаю, торжественная программа - она для всех, а именно внутри коллектива что-то проходит?

Респондент 5: ну так же встретились, друг другу пожелали счастья, кто-то бывает ещё только с отпуска пришёл. Ну, пообщались все пока. Всегда общаемся. Творческие ещё присоединяются, всегда.

Отдыхаем мы как в школе, в мае вот у нас закрытие сезона, но мы весь июнь ещё работаем, потому что день города и все прочее. И июль-август отдыхаем, в конце августа выходим и начинаем готовить всё к открытию.

Модератор: ну то есть у вас полностью отдых два месяца?

Респондент 5: ну как бы 36 рабочих дней. Ну ДК как бы отдыхает. Административный блок работает, все кружки и прочее отдыхают. Там мы уже приходим, стираем окна, жалюзи чистим, гладим все, где что красим, где что мажем, приклеиваем. И уже 29 августа открыты для акции.

Модератор: то есть это ваши такие ритуалы, да, где-то что-то подкрасить и далее?

Респондент 5: да, обязательно! Мы все своими силами делаем, никого ничего не просим, все сами. Я свой кабинет вот сама красила.

Модератор: а у вас есть какие-то люди, какие-то необычные, возможно, про них какие-то истории рассказывают? Или какие-то ситуации вместе с ними происходили? Или, допустим, как и вы, очень долго работают, вот 23 года будет.

Респондент 5: ну да, тут есть и те, кто больше меня работают. Вот художник-оформитель. Она заслуженный художник города признанный. Вот у кого красили-то. Она 25 или 26 лет работает здесь.

Надежда Анатольевна Марьясова, которая костюмер, наверху, она по моему ещё года на два больше работает (27-28). И двое у нас: руководитель игры на гитаре, Мамедова, и Елисеева Елена Степановна, они тоже «старички» как бы, остальные все новые.

Модератор: а есть у вас какие-то локальные шутки? Связанные с мероприятиями, возможно

Респондент 5: бывают, конечно!

Модератор: ну, например?

Респондент 5: например, вот на Новый год проводим новогоднюю сказку, и последняя сказка когда у нас проходит, как правильно объяснить бы, в некоторых словах они переставляют буквы и шпарят прямо! И знают только вот они, а весь народ сидит с открытыми глазами, слушают все внимательно. У них вот такая фишка есть, надо узнать, правда, продолжается она или не продолжается. Они-то знают, угорают, звукорежиссёр, световик, они же слушают это все, смеются, а все на них смотрят, мол, совсем ку-ку, сказка идет, там плакать надо, а они смеются.

У меня ж в основном по хозяйству, я с ними сильно-то не нахожусь, но иногда все равно, охото вырваться, посмотреть.

Модератор: как думаете, чего в корпоративной культуре Дворца не хватает? Что хочется добавить?

Респондент 5: я даже не знаю. Собираться - собираемся

Модератор: ну я как поняла, было бы классно добавить какие-то выезды, да?

Респондент 5: ну это да, можно, конечно. Но опять же, они были бы добавлены, если было бы время. Везде всё упирается во время. Если там, например, тоже два часа какого-то свободного времени, так здесь сразу что-нибудь другое. Вот сегодня мероприятия нет, я сейчас вот пообщаюсь, до этого съездили в библиотеку, книжки получили. Я сейчас выйду вот на грядку цветы подрежу, пока мероприятия нет. А в семь часов я встану на билеты на концерт, «Веселая арена» сегодня у нас. Одно другим заменяется,

нет такого, чтобы вот вообще ничего не было. Тогда один раз получилось вот, так мы так хорошо отдохнули съездили.

Модератор: поняла, в целом у меня все! Спасибо большое!

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра рекламы и социально-культурной деятельности

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Е.А.Ноздренко
«25» 2022 г.



БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В
КЛУБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ г. КРАСНОЯРСКА
51.03.03 Социально-культурная деятельность
51.03.03.00.01 Менеджмент социально-культурной деятельности

Выпускник

Слащева С.О.

Научный руководитель

канд. культ., доцент Костылев С.В.

Нормоконтролер

Бугаева Е.А.

Красноярск 2022