

## CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ: UN INSTRUMENT IMPORTANT PENTRU UN MANAGEMENT EFICIENT ÎN STUDIOURILE DE FILM

### ORGANIZATIONAL CULTURE: AN IMPORTANT TOOL FOR EFFICIENT MANAGEMENT IN MOVIE STUDIOS

**LUDMILA TIMOTIN<sup>1</sup>,**

doctor în științe economice, lector universitar,  
Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

<https://orcid.org/0000-0001-8497-0378>

**VIRGIL MĂRGINEANU<sup>2</sup>,**

doctorand, master în artă, lector universitar,  
Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

<https://orcid.org/0000-0001-8671-1919>

CZU 791:005.7

DOI <https://doi.org/10.55383/amtap.2024.2.13>

*În articol este abordat rolul esențial al culturii organizaționale în realizarea unui management eficient în studiourile de film. Se analizează modul în care o cultură organizațională bine definită și pozitivă poate îmbunătăți colaborarea, creativitatea și productivitatea angajaților, conducând la realizarea cu succes a proiectelor cinematografice. Studiul evidențiază elementele-cheie ale culturii organizaționale, inclusiv valorile, normele și practicile comune, și examinează impactul acestora asupra performanței generale a studiourilor de film. Prin analizarea studiilor de caz și a exemplelor din industrie se demonstrează importanța promovării unei culturi organizaționale puternice, care poate aborda provocările comune din industria cinematografică, cum ar fi rata ridicată de fluctuație a personalului și barierele de comunicare. Concluziile sugerează că studiourile de film care sunt prioritare și cultivă o cultură organizațională robustă sunt mai bine poziționate pentru a obține succes durabil și pentru a menține un avantaj competitiv în peisajul dinamic al divertismentului cultural.*

**Cuvinte-cheie:** cultură organizațională, caracteristici ale culturii organizaționale Disney, Netflix, manager, lider

1 E-mail: ludmila\_tima@yahoo.com

2 E-mail: virgiliu.margineanu@gmail.com

*The article addresses the essential role of organizational culture in achieving effective management in film studios. It analyzes how a well-defined and positive organizational culture can improve employee collaboration, creativity, and productivity, leading to the successful realization of film projects. The study highlights the key elements of organizational culture, including shared values, norms, and practices, and examines their impact on the overall performance of film studios. By analyzing case studies and industry examples, it demonstrates the importance of fostering a strong organizational culture, which can address common challenges in the film industry, such as high staff turnover rates and communication barriers. The findings suggest that the film studios that prioritize and cultivate a robust organizational culture are better positioned to achieve sustainable success and maintain a competitive advantage in the dynamic cultural entertainment landscape.*

**Keywords:** organizational culture, characteristics of the Disney organizational culture, Netflix, manager, leader

## Introducere

A lucra într-o lume modernă înseamnă a te adapta la moduri și sisteme moderne de lucru care vor oferi rezultate mai bune unei companii aflate în goana după succes pe piețele din industrie. În societatea muncii, așa cum am ajuns să știm, există un instrument atât de important ce ajută echipele și, în consecință, companiile să obțină rezultate mai mari și mai bune, aceasta fiind cultura organizațională.

Sociologii și experții din diverse domenii au încercat să dea o definiție a ceea ce înseamnă cultura organizațională, creând până acum o imagine mai detaliată, ce explică faptul că cultura organizațională cuprinde valorile generale, ipotezele și toate elementele conștiente și inconștiente care sunt văzute ca o regulă sau o normalitate în interiorul unei companii. Cultura unei organizații poate fi determinată prin utilizarea a trei niveluri cognitive ale culturii organizaționale: artefacte observabile, valori și ipoteze de bază. Artefactele sunt acele lucruri care pot fi observate de un străin; facilitățile, birourile, mobilierul, premiile și recunoașterea, modul în care membrii se îmbracă, modul în care membrii interacționează între ei și cu persoane din afară, sloganurile companiei, declarațiile de misiune și altele. Comportamentele sunt, de asemenea, incluse în categoria artefacte și ar include ritualuri, mituri, povești și istoria unei organizații. Valorile includ credințe și presupuneri elementare și sunt adesea profund fixate în cultura organizației. Ipotezele sunt elemente nevăzute și uneori chiar prea tabu pentru a fi discutate în interiorul organizației, dar ele sunt, totuși, o parte importantă a unei organizații [1].

Cultura organizațională este un concept larg și poate fi experimentată diferit de anumite grupuri din cadrul unei organizații. Cercetările au descoperit că companiile cu culturi sănătoase au șanse de 1,5 ori mai mari să înregistreze o creștere a veniturilor de 15% sau mai mult în trei ani și de 2,5 ori mai multe șanse de a experimenta o creștere semnificativă a stocurilor în aceeași perioadă. În pofida acestui fapt, doar 31% dintre liderii de resurse umane cred că organizațiile lor au cultura de care au nevoie pentru a conduce afacerile viitoare și să ajungă acolo nu este ușor, deoarece 85% dintre organizații nu își transformă culturile [2].

Cultura unei organizații se referă la experiența angajatului și viziunea internă. Este vorba despre ceea ce cred angajații, cum este să lucrezi acolo sau cum poate conducerea să-i mențină pe angajați implicați, loiali și devotați muncii lor. Înțelegând componentele și componența culturii organizaționale, atât liderii cât și adepții vor fi mai bine pregătiți să creeze și să se bucure de cea mai pozitivă și productivă cultură posibilă. Or, o cultură puternică poate ajuta organizațiile să dezvolte un mediu mai colaborativ, care poate duce la decizii mai bune și la creșterea încrederii. De asemenea, îi poate ajuta pe angajați să se simtă apreciați și înțeleși. Cultura organizațională se manifestă și prin comportamente de conducere, stiluri de comunicare, mesaje interne și sărbători corporative. Unii dintre termenii pe care i-ați putea auzi atunci când vorbiți despre cultura organizațională includ orientarea spre clientul inovator, etic, distractiv, bazat pe principiul cercetării și susținerii progresului tehnic al companiei, respectării ierarhiei și asumării riscurilor.

Pe măsură ce procesul de lucru se schimbă în mod continuu, înțelegerea principiilor organizaționale și a managementului se dezvoltă în același ritm, creând până acum o conștientizare a acestor teorii și practicabilitatea lor în procesul de lucru. Valorile comune ale unei organizații sunt adesea formate în mod intenționat sau organic de către liderii pe care îi are o echipă/companie. Ei pot avea o cultu-

ră inovatoare, o cultură creativă sau chiar o cultură toxică, iar aceasta vine de la comportamentul și acțiunile demonstrate de liderii organizației. Cu alte cuvinte, cultura organizațională este foarte mult influențată de lideri – managerii unei organizații.

Marcus Buckingham și Curt Coffman au investigat ce au în comun marii manageri prin studiile organizației Gallup. Această cercetare prezintă constatările remarcabile ale studiului lor masiv în profunzime asupra marilor manageri într-o varietate de situații. Studiul s-a concentrat, în special, pe ceea ce au nevoie angajații la locul lor de muncă, iar peste un milion de angajați din medii diferite au fost rugați să-și împărtășească experiențele și să ofere perspective asupra a ceea ce ar putea fi considerate cele mai urgente nevoi ale majorității indivizilor. Rezultatele acestui sondaj au oferit câteva perspective foarte interesante. Cea mai frapantă constatare a studiului a fost faptul că angajații cu cel mai mare talent erau cei care aveau nevoie de cei mai mari manageri. Managerii care au devenit centrul cercetării Gallup au fost cei care au excelat în a transforma talentul fiecărui angajat în performanță. Marii manageri au fost descriși ca fiind cei care nu încearcă să modeleze indivizii prin formare, ci încearcă să plaseze indivizii în roluri care corespund cel mai bine punctelor forte și slabe demonstrate [3].

Rezultatele oricărei companii sunt influențate direct de modul în care merg lucrurile pe plan intern: care sunt valorile, normele și atitudinile pe care le urmează angajații și care sunt reacțiile lor în anumite situații. Este de netăgăduit faptul că cultura organizațională este acel element precis din zona de management a unei companii sau, în cazul acestei lucrări, anume o companie de film, care poate schimba radical procesul de lucru, efortul pe care o echipă îl depune în munca sa și, în sfârșit, rezultatul unei întregi entități.

### **Industria filmului**

Cultura organizațională este un proces care evoluează constant și se modifică în funcție de nevoile industriei și, desigur, ale întregii piețe. În industria cinematografiei cultura organizațională joacă același rol ca și în orice altă industrie – creează un mediu mai potrivit pentru ca o echipă să performeze la maximum. De fapt, industria cinematografică este una dintre puținele în care putem vedea și înțelege foarte bine cum s-a schimbat cultura muncii de la început până astăzi.

Invenția Kinetoscopului de Edison Company în 1891 și prima prezentare a unui film în mișcare către un public plătitor de frații Lumiere în 1895 au pus bazele industriei filmului. Chiar și crearea și prezentarea primelor imagini în mișcare au însemnat o delimitare clară a rolurilor. Acesta a fost începutul unei echipe creative și inovatoare. Câțiva ani mai târziu, filmele au început să fie nu numai simple reproduceri ale vieții de zi cu zi, ci și povești adevărate. Din acest punct partea comercială a început să crească rapid, ceea ce a însemnat angajarea de echipe mai mari și deschiderea studiourilor de film în jurul anilor 1910 [4]. Echipele de filmare au devenit ulterior forme distincte, fiind împărțite în management și muncă. Structura echipajului nu s-a schimbat prea mult de atunci. Ierarhia, setul de protocoale și vocabularul sunt aproape aceleași chiar și până în ziua de azi. Cu toate acestea, deși nu s-au schimbat multe în ceea ce privește oamenii și procedurile, s-a schimbat mult modul în care acești oameni lucrează și respectă setul de reguli. D.W. Griffith, un regizor de film american de la începutul anilor 1900, ar putea păși astăzi pe platoul de filmare și ar putea ști exact ce se întâmplă, dar nu ar fi în stare să regizeze o echipă de filmare de astăzi cu aceleași rezultate pe care le-ar obține un regizor modern, motivul fiind diferențele dintre abordările lor.

Realizarea filmului are trei etape: pre-producție, producție și post-producție, fiecare dintre aceste etape fiind bine planificată și executată de o anumită echipă, care uneori poate fi implicată în mai multe etape. Dintre acestea trei, etapa care necesită cea mai mare organizare și planificare este etapa de producție, deoarece, de obicei, implică cei mai mulți oameni. În producție echipa execută ceea ce a fost planificat în pre-producție și lucrurile trebuie să meargă cât mai bine pentru a căpăta cele mai bune rezultate. Este adevărat că este mai ușor să stabilești o cultură organizațională într-un echipaj

mic decât într-unul mai mare, deoarece echipele mai mari tind să aibă subculturi care trebuie luate în considerare, dar rezultatele pe care le aduce o bună cultură organizațională sunt mult mai importante decât eforturile de a o constitui. De obicei, în procesul de realizare a unui film un producător de film angajează o echipă de lucrători independenți pentru a executa producția, care sunt selectați pentru fiecare proiect pe baza unor criterii diferite, cum ar fi nivelul de calificare, intervalul salarial, disponibilitatea, conexiunile cu alți membri ai echipei. Prioritatea acestor criterii se schimbă de la film la film. De obicei, într-o producție cu finanțare mai bună prioritatea constă în a obține cei mai buni membri ai echipei disponibili, în timp ce pentru o producție cu buget mai mic cea mai accesibilă echipă ar fi prioritatea de a selecta o echipă cu un potențial folosit la maxim, care să dea rezultate bune. O echipă de producție de film este înființată doar pentru acel proiect, deoarece standardul industriei pentru echipele de filmare trebuie să fie alcătuit din colegi noi pentru fiecare film. Se poate afirma că o echipă de filmare este, practic, o combinație de talent și nu are avantajele de a fi lucrat împreună la mai multe proiecte și de a avea cunoștințele despre cum se comportă, de obicei, membrii echipei.

Fie că este vorba de o echipă de filmare mică sau de una enormă, așa cum putem vedea adesea în filmele cu bugete mari, este necesar să se stabilească o cultură internă organizațională pentru ca lucrurile să meargă înainte cu cea mai mare viteză și rezultate și să aibă în consecință un produs bun. Cultura organizațională definește, de asemenea, modul în care este organizat managementul în interiorul unei echipe de filmare. O cultură și o practică bine definite vor permite un management mai eficient pentru structura internă în ansamblu și va aduce rezultatele așteptate, ceea ce în industria cinematografică înseamnă executarea bugetului fără multe întârzieri și abateri de la program. Orice zi de filmare, care este irosită sau pierdută din cauza managementului ineficient al echipajului, poate costa studioul sume uriașe de bani, deoarece totul a fost planificat și calculat anterior, astfel încât bugetul să fie executat în cel mai corespunzător mod.

Ținând cont de acest lucru, vom analiza în continuare culturile organizaționale stabilite în unele dintre cele mai mari studiouri din lume și vom găsi ceea ce funcționează cel mai bine pentru industria filmului din întreaga lume. În acest context, primul sistem de cultură organizațională pe care îl vom analiza în această lucrare este cultura Studiourilor Disney.

### **Disney Company**

Nu este un secret pentru nimeni că The Walt Disney Company este una dintre cele mai de succes companii din lume. Pe site-ul lor, The Walt Disney Company afirmă că „The Studios Content Group cuprinde o colecție de studiouri de divertisment de clasă mondială care produc povestiri cinematografice de înaltă calitate, atât pentru lansare în cinema cât și în streaming” [5]. În 2014 compania a fost clasată alături de Google pe primul loc al celor mai repute companii din lume, în lista anuală alcătuită de firma privată de consultanță Reputation Institute. Această realizare creează un mediu favorabil și este rezultatul unui amalgam de bună strategie de management și aliniere strategică între cultura organizațională și trăsăturile culturale ale pieței-țintă.

Succesul lor este, de asemenea, rezultatul unei culturi organizaționale care dă putere angajaților să-și maximizeze performanța și avantajul companiei. La Institutul Disney, componenta de dezvoltare profesională și formare externă a Companiei Walt Disney, se crede că un lider excelent necesită „găsirea a cât mai multor modalități practice posibile de a demonstra în mod regulat adevărata grijă pentru oameni. Aceasta nu înseamnă neapărat că, pentru a realiza acest lucru, trebuie să cheltuiți mulți bani pe cadouri elaborate sau gesturi mărețe, dar să înțelegeți că angajații chiar vor să știe că sunt apreciați ca indivizi. Este de remarcat faptul că aceste practici de îngrijire autentică trebuie integrate direct în cultura companiei ca fundație și nu ca un beneficiu suplimentar” [6].

Compania Walt Disney a dezvoltat de-a lungul anilor un sistem de cultură organizațională care îi permite să aibă succes în industria filmului și a divertismentului în general. Astfel, cultura

organizațională promovează importanța capitalului uman în realizarea unui branding excepțional la nivel global și sprijină managementul strategic pentru creșterea performanței afacerii prin factori comportamentali. Unele dintre principalele caracteristici ale culturii acestei companii implică: inovație, optimism, comunitate, decență și calitate.

1. *Inovație*. Cultura organizațională de la Disney Studios este una ce încurajează inovația și utilizarea în deplină măsură a imaginației creative a resurselor umane. Scopul lor principal în promovarea acestui tip de strategie este să obțină produse care nu doar se potrivesc pieței, ci aduc și cele mai bune performanțe de afaceri. O cultură axată pe inovație stimulează, de asemenea, utilizarea celei mai noi tehnologii și găsirea celor mai bune soluții la noile provocări care pot apărea, astfel încât produsele Disney Studios să fie mereu la zi la nevoile și preferințele în evoluție pe care le au clienții. Pe termen lung, acest tip de cultură este una care contribuie la evoluția concurenței pe piață și, în consecință, înseamnă creștere și succes.

2. *Optimism*. Încurajarea gândirii pozitive în rândul angajaților înseamnă rezultate mai bune. S-a demonstrat că oamenii optimiști au performanțe mai bune și arată mai multă fericire și împlinire în viața lor. Acei angajați care sunt optimiști tind să muncească mai mult și să aducă mai mult spirit inovator în munca lor. De asemenea, atunci când lucrezi pentru o companie orientată spre client, cum ar fi cea de film, o cultură axată pe optimism înseamnă clienți mai mulțumiți, care cred mai mult în valoarea a ceea ce vinzi.

3. *Comunitate*. În cultura organizațională a Studiourilor Disney o trăsătură importantă este comunitatea. O astfel de trăsătură contribuie la susținerea moralului angajaților în munca lor și, prin urmare, influențează calitatea produsului și satisfacția clienților. Atunci când o organizație este îndreptată către o mentalitate prietenoasă cu comunitatea, poate conduce angajații către munca de înaltă calitate și îndeplinirea obiectivelor lor. Disney Studios are programe pentru a-i motiva pe lucrători să se vadă ca membri ai unei comunități de divertisment care lucrează pentru performanțe excelente. Acesta este un instrument care ajută companiei Disney să abordeze mai ușor problemele și să-și îndeplinească obiectivele de afaceri și, prin urmare, să fie tratată ca o organizație competentă pe piața internațională.

4. *Decență*. Compania Walt Disney este o afacere axată pe familie și, din aceste considerente, mențin decența în cultura lor organizațională. Acest lucru este legat de segmentul de costume pe care se concentrează Disney, care sunt clienți de toate vârstele. Deoarece este un segment foarte complicat, promovarea unei culturi centrate pe decență ajută organizația să-și mențină imaginea și să-și construiască o reputație pozitivă în rândul clienților și altor companii și investitori, fapt ce reprezintă un avantaj competitiv puternic. Din acest motiv, Disney investește resurse în training-uri, programe și strategii de management.

5. *Calitate*. Această trăsătură specială este una care trebuie implementată cu atenție, deoarece există moduri diferite de a promova o cultură bazată pe calitate. Compania Walt Disney încurajează lucrătorii să-și dezvolte continuu comportamentele pentru excelență în serviciile oferite clienților lor. De obicei, atunci când o companie abordează dezvoltarea unei culturi a calității, prin strategiile care îi motivează pe angajații să aibă performanțe mai bune în loc de strategiile concentrate pe creșterea vânzărilor, compania în cauză poate înregistra mai puține greșeli și, în consecință, poate cheltui mai puține resurse pentru corectarea acestora.

În acest sens, putem spune cu siguranță că The Walt Disney Company este una care este total motivată să dezvolte și să promoveze o cultură organizațională potrivită pentru piața internațională actuală. Ei au depus mult efort în dezvoltarea acestei culturi, prin urmare, obțin rezultate cu adevărat excelente.

Având în vedere acest fapt, vom analiza în continuare aspectele organizaționale ale unei alte companii de producție de film, care este Netflix.

## Netflix

Când este vorba de cultura organizațională, Netflix este un fenomen la nivel mondial. Abordarea sa unică a culturii interne este un exemplu despre cum să faci lucrurile diferit și să obții cele mai bune rezultate. De obicei, companiilor le este frică să implementeze o cultură organizațională extremă, deoarece ar putea avea potențial opusul rezultatelor așteptate anterior. Cu siguranță, Netflix nu este una dintre acele companii. Când a început să producă propriile filme și seriale originale, compania a pus deja cea mai mare parte a bazei culturii sale organizaționale de astăzi. Până acum și-a câștigat o reputație pentru cultura organizațională, care a motivat 70% dintre angajați să lase recenzii Glassdoor, spunând că ar recomanda să lucreze la Netflix (Glassdoor este un site de locuri de muncă și de recrutare care ajută utilizatorii să găsească locul de muncă și compania care le plac și le permite angajaților și foștilor angajați să analizeze în mod anonim companiile și managementul acestora) [7].

În realitate, multe companii visează să obțină aceleași rezultate pe care le are Netflix, dar nu pot face asta, deoarece nu au aceeași cultură pe plan intern. Motivul pentru care Netflix are succesul pe care îl are este că a reușit să creeze un loc de muncă excelent în care potențialul uman al angajaților săi este folosit la maximum și are cele mai bune rezultate. Într-o industrie creativă angajarea celor mai talentați oameni este crucială pentru rata de succes a unei companii, iar angajarea oamenilor talentați înseamnă găsirea celei mai bune modalități de a gestiona acest potențial enorm. În manifestul lor corporativ publicat în 2009 compania și-a descris cultura organizațională și a devenit unul dintre cele mai influente documente de resurse umane realizate vreodată. Nu s-au schimbat prea multe de atunci și întreaga companie urmează aproape aceleași caracteristici principale în cultura organizațională, cum ar fi judecata, comunicarea, curiozitatea, curajul, pasiunea, abnegația, inovația, incluziunea, onestitatea și impactul [8].

1. *Hotărâre*. Netflix depune mult efort în modul în care sunt luate deciziile în cadrul organizației. Angajații sunt încurajați să ia decizii înțelepte chiar și în cele mai ambigue situații și să gândească strategic în fiecare situație și să articuleze foarte specific ce este un angajat cu adevărat și ce nu este. Netflix promovează, de asemenea, o cultură în care în procesul de rezolvare a problemelor se află cauza principală în loc de simptome.

2. *Comunicare*. Acesta este un element foarte important în cultura lor, iar Netflix promovează comunicarea eficientă între colegi pentru o productivitate mai mare și o performanță mai bună. Oamenii sunt încurajați să-și exprime gândurile într-un mod eficient, iar echipa ar trebui să încerce să înțeleagă ceea ce spun oamenii și să reacționeze calm în situații stresante. Această trăsătură specială ajută organizația să evite conflictele interne între membrii echipei care pot fi cauzate fie de gânduri neexprimate, fie de reacții exagerate în situații stresante.

3. *Curiozitate*. Angajații de la Netflix trebuie să învețe rapid și cu entuziasm. Ei trebuie să învețe continuu despre specialitatea lor, dar și să contribuie eficient în afara specialității lor. Oamenii ar trebui să facă conexiuni unice și să-și înțeleagă colegii. De asemenea, ar trebui să caute perspective alternative atunci când este nevoie și să încerce noi moduri de a trata lucrurile.

4. *Curaj*. Aceasta este o altă trăsătură pe care Netflix o promovează pentru cultura lor organizațională. Ei încurajează principiul de a spune adevăruri incomode atunci când este în interesul companiei. Acest lucru permite companiei să evite irosirea resurselor în situații stresante, deși promovează asumarea inteligentă a riscurilor. De asemenea, oamenii nu ar trebui să se abțină să pună sub semnul întrebării acțiunile altor colegi atunci când simt că acele acțiuni sunt împotriva culturii companiei. Acest lucru asigură un control al posibilelor puncte slabe din interiorul sistemului.

5. *Pasiune*. Angajații ar trebui să aibă o sete de excelență și să pună pasiune în munca lor, iar această pasiune trebuie să fie absolut autentică și puternică, astfel încât să-i inspire pe alții. Este de luat în considerare faptul că această pasiune nu trebuie să se aplice numai succesului personal al cuiva, ci mai ales succesului întregii echipe și organizației. Un aspect unic al acestei trăsături a culturii lor

organizaționale este că sunt încurajați să sărbătorească micile lor victorii. Acest aspect particular este unul care menține echipa motivată și dornică să treacă la următoarele obiective.

6. *Altruism*. Această trăsătură se referă la orientarea atenției unei echipe, ceea ce înseamnă că la Netflix oamenii ar trebui să fie mai atenți la succesul companiei decât la propriul succes și ar trebui să caute ceea ce este mai bun pentru întreaga echipă. Abnegația include, de asemenea, capacitatea de a fi deschis și de a împărtăși idei cu ceilalți membri ai echipei și de a nu ține lucrurile doar pentru sine.

7. *Inovație*. Aceasta este o trăsătură foarte importantă pe care cred că orice organizație ar trebui să o implementeze în propria cultură. La Netflix inovația este un element-cheie pentru cultura organizațională, deoarece întreaga companie este construită în jurul inovației. Pentru a-și menține poziția de top pe piața mondială a filmului, trebuie să fie la curent cu cele mai recente inovații în materie de tehnologii și proceduri și să vină cu noi moduri de a face lucrurile. Inovația înseamnă și simplificarea oricărei proceduri posibile, astfel încât capitalul uman să fie concentrat pe alte lucruri care necesită atenția lor.

8. *Includere*. Acest lucru nu a fost niciodată atât de important ca acum pentru industria filmului. Filmele pot pierde sume imense de bani și clasamente dacă nu angajează oameni din medii și culturi diferite, deoarece incluziunea înseamnă a avea perspective mai diverse asupra situațiilor și problemelor care pot apărea în procesul de lucru. Din aceste motive, Netflix a ales cu mult timp în urmă să nu-i marginalizeze pe alții și să depășească orice prejudecăți.

9. *Onestitate*. Necinstea afectează performanța și productivitatea unei echipe. A fi sincer înseamnă a-ți recunoaște greșelile în mod liber și deschis, a nu vorbi pe la spatele cuiva și a spune lucrurile așa cum sunt. Aceasta este o trăsătură care ajută lucrurile să meargă lin și fără întreruperi într-o echipă. Când oamenii sunt obișnuiți să fie sinceri, se așteaptă la fel de la ceilalți și, prin urmare, nu se simt atât de jigniți atunci când primesc critici pentru munca lor.

10. *Impact*. Oamenii de la Netflix sunt încurajați să fie pregătiți să aibă un impact. Ei trebuie să fie pregătiți să realizeze mai mult decât în mod normal și să fie peste așteptări în ceea ce privește performanța. Ar trebui să se concentreze mult mai mult pe rezultate decât pe proces. Această ultimă trăsătură este influentă, deoarece este vorba despre direcția către care se îndreaptă o echipă în ansamblu și pentru procesul de lucru poate avea rezultate substanțiale și eficiente.

În general, Netflix este considerat a fi unul dintre cele mai bune exemple pentru o bună cultură organizațională nu numai în industria filmului, dar poate fi și un exemplu pentru alte industrii. Netflix și-a început călătoria ca un serviciu de abonament online în care oamenii închiriau filme pe baza unui abonament lunar. La mai puțin de 15 ani de la lansare, ei și-au produs propriul program original și astăzi sunt cele mai mari și mai populare servicii de streaming la nivel internațional, cu multe seriale și filme originale produse în fiecare an în întreaga lume. Creșterea lor este foarte influențată de oamenii care au lucrat acolo de la început și de cultura pe care au reușit să o creeze. Cultura lor organizațională demonstrează că calificativul „a fi diferit” poate avea rezultate foarte pozitive.

Prin exemplele The Walt Disney Company și Netflix putem menționa că nu există nicio îndoială că cultura organizațională este un aspect extrem de important al strategiei de management a unei companii, deoarece influențează direct și fără îndoială rezultatul muncii angajaților săi. O cultură bine aleasă aduce beneficii performanței, modului de a face lucrurile, modului de a face față problemelor și cooperării în interiorul unei companii. O cultură organizațională poate afecta, de asemenea, modul în care sunt gestionate resursele și poate controla zona pe care se concentrează angajații. De asemenea, poate muta accentul de la rezolvarea unei probleme care a apărut din cauza managementului prost la încorporarea celor mai recente inovații și la venirea cu idei noi despre cum să faci lucrurile mai bine.

### Concluzii și recomandări

Se estimează că industria filmului valorează în prezent miliarde de dolari. În 2020 piața globală de film și video a atins o valoare de aproape 234,9 miliarde de dolari [9]. Chiar dacă este o industrie de divertisment, o multitudine de oameni depind de industria filmului. Sunt angajați diferite tipuri de oameni pentru a lucra în echipe de filmare, cum ar fi producători, regizori, cameramani, actori, editori manageri, designeri de costume, recuzită, make-up artiști, designeri de sunet și mulți alții. Prin urmare, există o mulțime de oameni și familii care depind de această industrie ca sursă de venit. Și mai mult, nu numai oamenii depind de această industrie, ci și de guvernul unei țări, deoarece studiourile de film plătesc taxe masive statului, care sunt esențiale pentru susținerea multor economii.

În zilele noastre, odată cu schimbările rapide care au loc în industrie din cauza amenințărilor cu care se confruntă industria (cum ar fi pandemia), studiourile sunt impuse să se adapteze la aceste noi condiții și să își schimbe abordările. Pentru a avea succes, companiile trebuie să ia în considerare tendințele globale ca un răspuns eficient la o bază de consumatori din ce în ce mai solicitantă și la concurența globală sporită. Acesta este disponibil atât pentru companiile de producție mici cât și pentru marile companii. În acest sens, jucătorii din industria privată au un impact decisiv asupra viitorului filmului.

În ceea ce privește Republica Moldova, este foarte necesară o restructurare la nivelurile de bază ale companiilor, fapt ce ar însemna schimbarea culturilor lor organizaționale prin formare de programe și politici, astfel încât acestea să se potrivească noilor nevoi ale pieței. Chiar dacă companiile de producție din Moldova sunt departe de companii mari precum Disney și Netflix, ele pot învăța multe din exemplul lor de mare succes pe piața internațională. Considerăm că studiourile de film din Moldova trebuie să ia în considerare și să implementeze, în măsura posibilităților, trăsăturile culturilor organizaționale de succes din industria cinematografică menționate anterior: judecata, comunicarea, optimismul, comunitatea, decența, calitatea, curiozitatea, curajul, pasiunea, abnegația, inovația, incluziunea, onestitatea și impactul. Este responsabilitatea studiourilor să cerceteze și să valorifice modul în care marile studiouri de film gestionează activitățile lor în acest context.

### Referințe bibliografice

1. SCHEIN, E.H. *Organizational Culture and Leadership* [online]. New Jersey, 2017. ISBN 9781111 92122058 [accesat 29 noiem. 2024]. Disponibil: [https://books.google.md/books?id=l2jpCgAAQBAJ&pg=PP3&hl=ro&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.md/books?id=l2jpCgAAQBAJ&pg=PP3&hl=ro&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false)
2. Dewar, K. Organizational culture: Definition, importance, and development [online]. In: *Achievers*: [blog]. [accesat 29 noiem. 2024]. Disponibil: <https://www.achievers.com/blog/organizational-culture-definition/>
3. BUCKINGHAM, M., COFFMAN, C. *First, Break All the Rules: What the World's Greatest Managers Do Differently* [online]. 1999 [accesat 29 noiemb. 2024]. Disponibil: [https://www.academia.edu/30469440/FIRST\\_BREAK\\_ALL\\_THE\\_RULES\\_What\\_the\\_Worlds\\_Greatest\\_Managers\\_Do\\_Differently](https://www.academia.edu/30469440/FIRST_BREAK_ALL_THE_RULES_What_the_Worlds_Greatest_Managers_Do_Differently)
4. Auguste și Louis Lumière. In: *Wikipedia: Enciclopedia liberă*. 18 mar. 2023 [accesat 03 dec. 2024]. Disponibil: [https://ro.wikipedia.org/wiki/Auguste\\_%C8%99i\\_Louis\\_Lumi%C3%A8re](https://ro.wikipedia.org/wiki/Auguste_%C8%99i_Louis_Lumi%C3%A8re)
5. *Disney - Leadership, History, Corporate Social Responsibility* [online]. [accesat 03 dec. 2024]. Disponibil: <https://thewalt-disneycompany.com/about/>
6. *How Disney Creates a Culture of Collaboration and Constructive Conflict* [online]. [accesat 03 dec. 2024]. Disponibil: <https://www.disneyinstitute.com/blog/a-disney-leaders-perspective-creating-a-culture-of-care/>
7. *What is Behind The Magic of Netflix Company Culture?* [online]. [accesat 03 dec. 2024]. Disponibil: <https://libertymind.co.uk/what-is-behind-the-magic-of-netflix-company-culture/>
8. *How Netflix Reinvented HR* [online]. [accesat 03 dec. 2024]. Disponibil: <https://hbr.org/2014/01/how-netflix-reinvented-hr>
9. *Film and Video Global Market Report 2021: Production, distribution, post-production services, theatres – COVID-19. Impact and Recovery to 2030* [online]. In: *Businesswire*: [site] 9 sept. 2021 [accesat 10 dec. 2024]. Disponibil: <https://www.businesswire.com/news/home/20210909006024/en/Film-and-Video-Global-Markets-Report-2021-Production-Distribution-Post-Production-Services-Theatres---COVID-19-Impact-and-Recovery-to-2030---ResearchAndMarkets.com>