

**Социокультурная типология современных корпоративных систем и  
внутрикорпоративных социокультурных конфликтов**

**Научный руководитель – Ильина Галина Николаевна**

*Тагибова Асият Ахмедовна*

*Аспирант*

Московский государственный институт международных отношений, Факультет  
международной журналистики, Москва, Россия

*E-mail: t.a.a.89@mail.ru*

Позиционирование конфликта как социального явления в социокультурном поле корпорации и механизмы его регулирования, разрешений и профилактики представляют собой взаимосвязанные явления. Историческая природа социального конфликта напрямую связана, а точнее, зависит от ценностно-смысловых культурно обусловленных установок личности, социальных групп и общества в целом и определяет основные тренды и вектор социального развития.

Значимым фактором исследования конфликтов в России, например, выступает такой показатель как духовно-нравственный кризис современного российского общества, последствия которого оказывают свое влияние на все сферы жизнедеятельности, в том числе и на производственную сферу. С одной стороны, этот процесс объективен, так как российское общество, как и вся современная цивилизация, находится на этапе транзита от традиционного индустриального общества к обществу постиндустриальному, информационному. Происходит мощная трансформация ценностно-смысловых установок. В этих условиях организации социальные группы, индивиды также находятся в условиях нравственных противоречий и духовно-нравственного конфликта. С другой стороны, феномен социального конфликта выступает как объект манипуляции посредством ценностно-смысловых установок корпоративной культуры и обуславливается позитивными факторами, прежде всего, способностью консолидировать общество и социальные группы, интегрировать их на основе базовых ценностей и культурных установок.

Основным фактором и концептом изучения социокультурного конфликта в корпорациях выступает целеполагание исследований. В зависимости от того, какую именно цель преследует изучение данного явления, производится подбор инструментария, то есть подбор тех или иных методик, критериев и инструментов анализа получаемых данных.

В настоящее время проблематика феномена социального конфликта является объектом исследования порядка двадцати областей научного знания. Исследования же феномена социокультурного конфликта значительно расширяет и углубляет рамки исследований, в том числе в областях культурологических и особенно психологических и социопсихологических знаний. Перечисленные выше факторы, объективные по своей сути, делают исследования социокультурного конфликта в корпорации крайне сложным. Данная сложность, многоплановость и актуальность исследований предполагает определение и уточнение спектра компонентов, индикаторов, показателей и уровней изучения данного феномена.

Социальные группы как особые объединения людей могут возникать по самым разным основаниям (характеру общности входящих в них людей), в том числе - и по собственно социокультурным. Однако, поскольку социокультурные особенности принципиально неустранимы из личности любых субъектов, то они проявляют себя так или иначе в любых социальных группах. Поэтому все групповые конфликты обязательно имеют, если и

не собственно социокультурные причины, то социокультурный аспект, подоплеку, и поэтому все такие конфликты целесообразно рассматривать и с точки зрения собственно социокультурного подхода к ним.

В этом отношении все групповые внутрикорпоративные конфликты мы делим на три основные их категории, которые предлагаем обозначить как 1) «естественные» групповые конфликты, 2) «социально-трудовые» групповые конфликты и 3) «экстраординарные» групповые конфликты

Проблема социокультурных конфликтов и их естественной типологии является чрезвычайно сложной, в силу того, что она находится на перекрестке внимания сразу нескольких социальных наук - теории организации, конфликтологии, культурологии, теории корпоративного менеджмента, социальной психологии и некоторых других дисциплин и теорий. Однако актуальность этой проблемы, обусловленная все большим распространением в современном обществе как самих корпораций, так и их межнациональных разновидностей (МНК), а также и социальными последствиями, порождаемыми этим феноменом, требует от теоретической социологии умножения усилий в этом направлении, чему мы старались способствовать в этой работе.