

Национальная культура и развитие науки и техники

Лисина Елена Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: enish_pasta@mail.ru

Культура в обществе, согласно английскому антропологу Б. Малиновскому, выполняет важную функцию - удовлетворение некоторой потребности путём деятельности, в рамках которой люди сотрудничают, используют артефакты и потребляют плоды своего труда [4]. Изобретение технического устройства, открытие нового закона, формулирование новой идеи. . . всё это остаётся культурно irrelevantным до тех пор, пока не станет основой для какой-то организованной деятельности ряда людей.

Вопрос влияния социокультурных особенностей на внедрение технологий занимал учёных-социологов с самого начала развития социологической науки. Именно развитие науки и технологий способствовало наступлению первой промышленной революции, которая повлекла за собой становление капиталистической системы и массового производства. Так, К. Маркс, М. Вебер, Р. Мертон и другие социологи, анализируя историю развития индустриального общества, обращали внимание на отношение к труду и производству, с одной стороны, и религиозные представления и идеалы, с другой. В первую очередь, распространение капитализма произошло в западноевропейских государствах: Великобритании, Голландии и Германии в XVII-XVIII веках. Для этих стран был характерен буржуазный способ производства, согласно К. Марксу, и протестантское мышление, согласно М. Веберу.

А.А. Аузан считает, что возможности модернизации государств необходимо связывать с существующими в данном обществе ценностными ориентациями и культурными установками [5]. Исследователь пишет, что в последнее время довольно активно обсуждается вопрос взаимосвязи типа культуры и степени развитости обществ в сфере кросс-культурных исследований.

На основе подобных исследований, необходимо рассмотреть свойства культурных установок государства, чтобы исследовать его социоэкономическое развитие. Для этого обратимся к типологиям культур в современном мире, которые выделяют социологи.

После изучения типологий культуры Г. Хофстеде, Р. Льюиса, Ф. Клакхон и Р. Стродберга, Р. Инглхарта [1, 2, 3, 6], были выделены общие социокультурные особенности, которые характерны для современных государств. Американская культура - индивидуалистская, моноактивная, маскулинная, ориентирована на будущее. Американцы активно действуют, умеют адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам, их деятельность направлена на краткосрочную перспективу. В таком обществе сильно развита конкуренция и соперничество. Культура государств Западной Европы (Германия, Великобритания, Швейцария и т.д.) похожа на американскую культуру, однако характеризуется более высоким уровнем избегания неопределённостей. Скандинавские страны более «женственны», менее индивидуалистичны и имеют малую дистанцированность от власти. Южная Европа и Латинская Америка характеризуется коллективистской культурой, высокой дистанцированностью от власти, ориентацией на «здесь и сейчас», полиактивностью при взаимодействии и низкой адаптацией. Африканская культура - коллективистская, направлена на сохранение традиционных ценностей и слабо адаптивна. Арабские страны имеют иерархичную, полиактивную, маскулинную, коллективистскую культуру, большую дистанцированность от власти и стремление к избеганию неопределённости. Китай - страна с высоким

уровнем коллективизма, с реактивной культурой. Китайцы ориентированы на прошлое, на долгосрочную перспективу в своих действиях и на построение доверительных взаимоотношений. Японская культура отличается сильной маскулинностью, средним уровнем индивидуализма, гармонией при взаимодействии с природой и равноправием.

Таким образом, данные типологии выявления социокультурных особенностей могут стать полезным методологическим инструментом для исследования факторов внедрения технологий (в частности, цифровых новшеств и технологий искусственного интеллекта).

Источники и литература

- 1) Kluckhohn F. R., Strodtbeck F. L. Variations in value orientations. Row: Peterson, 1961. – 437 p.
- 2) Культурная эволюция: как изменяются человеческие мотивации и как это меняет мир / Рональд Инглхарт ; пер. с англ. С. Л. Лопатиной, под ред. М. А. Завадской, В. В. Косенко, А. А. Широкановой, научн. ред. Э. Д. Панарин. — Москва: Мысль, 2018. — 347 с
- 3) Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к пониманию / Д. Льюис Ричард, Дело-е изд., М.:, 1990. 440 с.
- 4) Малиновский Б. Научная теория культуры / Пер. с англ. И.В.Утехина. 2-е изд. М.: ОГИ, 2005
- 5) Социокультурная экономика: как культура влияет на экономику, а экономика — на культуру: курс лекций / А. А. Аузан, Е. Н. Никишина. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2021. — 200 с.
- 6) Хофстеде Г. Модель Хофстеде в контексте: параметры количественной характеристики культур // Язык, коммуникация и социальная среда. 2014. № 12 (1). С. 9–49.