

Ценности культуры и отношение к инновациям

Одним из важнейших условий успешного социально-экономического развития России является переход экономики страны на «инновационные рельсы», что, несомненно, предъявляет определенные требования к личности и социуму. В настоящее время в кросс-культурной психологии существуют исследования, указывающие на то, что базовые ценности культуры влияют не только на экономическое развитие, состояние здоровья популяции, продолжительность жизни, ощущение благополучия и счастья, но и на изобретательность и инновационные диспозиции личности (Inglehart & Baker, 2000; Diener et al, 2000; Triandis, 1994; Shane, 1992, 1995).

Тем не менее, связь между культурными ценностями с одной стороны и инновационностью и изобретательностью членов данного общества, с другой, недостаточно изучена.

Согласно результатам кросс-культурных исследований, на инновационность и изобретательность влияют два измерения культуры (Shane, 1992).

Первое – степень **горизонтальности-вертикальности** общества:

- изобретательность менее вероятна в иерархичном обществе, т.к. бюрократия подавляет творческую активность;
- коммуникация способствует изобретательности, поскольку она требует «вклада» от других;
- инновации требуют децентрализованной власти, поскольку такая структура дает больше информации для высших менеджеров и больше стимулирует служащих, а в иерархических обществах обычно власть более централизована;
- в иерархических обществах более распространены системы контроля, основанные на правилах и процедурах, а не на доверии, и такой контроль подавляет креативность и изобретательность;
- изобретения – тяжелый труд и требуют строгой трудовой этики, а иерархические общества более фаталистичны, люди в них меньше считают, что инновации требуют серьезного труда;
- наконец, изобретения часто влекут за собой радикальные социальные изменения. (иерархические общества стремятся минимизировать эти изменения, поскольку боятся перераспределения власти).

Второе измерение: - **индивидуализм**:

- в индивидуалистических обществах свобода больше ценится, а свобода необходима для творчества;
- изобретательность требует поиска внешней информации, и поскольку индивидуалистические культуры не так ценят лояльность, как коллективистские, поэтому они способны собрать больше информации, необходимой для изобретений;
- малые фирмы более изобретательны, чем большие (в индивидуалистических обществах предпочитают малые фирмы);
- изобретателей нужно вознаграждать деньгами и признанием, что более типично для индивидуалистических обществ, умеющих ценить и выделять индивидуальность;
- для возникновения инноваций необходима поддержка руководства организаций, и в индивидуалистических обществах люди чаще ее ищут и находят;
- наконец, психологические характеристики независимости, достижения и нон-конформизма, необходимые для инноваций и изобретательности, более распространены в индивидуалистических обществах.

Результаты исследований в США (Shane, 1992) показали, что индивидуалистические и неиерархические («горизонтальные») общества более изобретательны и более склонны к инновациям.

В исследовании Стефана Доллингера с соавторами (Dollinger, Burke & Gump, 2006) «Креативность и ценности» было показано, что более креативные студенты имеют иную систему ценностей, чем их менее креативные однокурсники. Выполнение ими тестовых заданий новыми, творческими способами позитивно коррелировало с такими индивидуальными ценностями по Шварцу как **самостоятельность, стимуляция и универсализм**, и негативно – с ценностями **традиции, безопасности и власти**. Это исследование подтвердило исходное предположение, что креативность напрямую зависит от ценностных приоритетов личности.

Итак, можно сказать, что большими новаторами будут представители индивидуалистических культур, с низкой дистанцией власти и развитой системой коммуникаций. Психологические характеристики инновационной деятельности требуют определенной среды – равенства в отношениях, одинаковых возможностей для всех, поощрение индивидуального развития, наличие некоторой степени свободы, хороших коммуникаций, в частности, возможности свободно выражать свои мысли и чувства.

Мы провели эмпирическое исследование взаимосвязи культурных ценностей индивидуального уровня с установками по отношению к инновациям на двух российских выборках, имеющих культурную специфику, с тем, чтобы проверить, насколько универсальными являются взаимосвязи ценностей и инновативных установок, выявленные в США.

Эмпирическое исследование взаимосвязей ценностей культуры и отношения к инновациям

Цели исследования:

- 1) выявить обусловленность установок личности по отношению к инновациям ценностями культуры в двух этнокультурных группах (русские и представители народов Северного Кавказа);
- 2) провести кросс-культурную проверку универсальности и специфичности связей ценностей культуры и отношения к инновациям в разных этнокультурных группах.

Гипотезы исследования:

1. Существуют межкультурные различия в ценностных приоритетах.
2. Существуют межкультурные различия в установках по отношению к инновациям.
3. Ценности, ставящие акцент на независимости индивида, способствуют позитивному отношению к инновациям, а ценности групповой принадлежности, безопасности и власти – препятствуют.
4. Существуют универсальные культурные факторы, способствующие и препятствующие инновативным установкам.

Методика исследования

Участники исследования. В исследовании приняли участие 553 человека, из них – 252 – русские (Москва), 301 – представители народов Северного Кавказа (даргинцы, чеченцы, ингуши, карачаевцы и др., Ставрополь). Основные характеристики выборки представлены в таблице 1.

Таблица 1. Социально-демографические характеристики выборки исследования

Группа	(кол-во/сред. возраст)	Мужчины (%)	Женщины (%)
--------	------------------------	-------------	-------------

Русские	252 / 30 лет	37	63
Народы Северного Кавказа	301 / 28,5 лет	34	66

Методы исследования.

Для целей исследования был разработан опросник, включающий в себя следующие методики:

1. Для исследования *ценностей культуры* использовалась методика Ш. Шварца. Респонденту предлагалось с помощью 7-балльной шкалы оценить важность для него каждой из 57 ценностей. Далее в соответствии с ключом подсчитывается балл по каждому из 10 блоков ценностей индивидуального уровня, выделенных Шварцем (Самостоятельность, Безопасность, Традиция, Власть, Стимуляция, Конформность, Универсализм, Гедонизм, Достижение, Благожелательность).

3. Для исследования *отношения к инновациям на индивидуальном уровне* были разработаны 2 авторские методики

1) *Методика отношения к инновациям на индивидуальном уровне*, представляющая набор из 13 утверждений (Н.М.Лебедева, А.С. Гизатуллина). Степень согласия-несогласия с ними оценивается по пятибалльной шкале. На основании ответов респондентов был проведен факторный анализ по методу главных компонент путем вращения корреляционной матрицы по типу varimax, который позволил выделить 3 основных шкалы: «Способность к изменениям» ($\alpha = 0,68$), «Стремление к инновациям» ($\alpha = 0,69$) и «Любовь к новизне» ($\alpha = 0,62$).

2) *Шкала самооценки инновативных качеств личности* (Н.М.Лебедева, А.Н.Татарко), состоящая из 15 утверждений. Степень согласия-несогласия с ними оценивается по пятибалльной шкале: 1-абсолютно не согласен, 2 – скорее не согласен, 3 – не знаю, не уверен, 4 – скорее согласен, 5 – абсолютно согласен. На основании ответов респондентов, нами был проведен факторный анализ по методу главных компонент путем вращения корреляционной матрицы по типу varimax, который позволил выделить 4 основных шкалы: «Креативность», «Риск ради успеха», «Ориентация на будущее», «Уверенность в себе».

Среднее значение вышеуказанных 7 шкал составляет «Индекс инновационности личности».

Обработка данных проводилась с помощью пакета SPSS с использованием критерия Стьюдента и множественного регрессионного анализа (метод stepwise).

Результаты исследования

Вначале проанализируем, как отличаются ценности культуры по Шварцу на индивидуальном уровне у русских и представителей народов Северного Кавказа (см. табл. 2

Таблица 2. Межкультурные различия ценностей русских и представителей народов Северного Кавказа

Ценности	русские	Представители народов Сев.Кавказа
Безопасность	4,02***	4,46***
Конформность	3,87***	4,36***
Традиция	2,71***	3,67***
Благожелательность	4,50	4,37
Универсализм	3,68***	3,98***

Самостоятельность	4,59***	4,11***
Стимуляция	3,66***	3,19***
Гедонизм	3,74***	3,36***
Достижение	4,26***	3,77***
Власть	3,29***	3,44***

*** -различия достоверны на уровне $p < 0,001$

** -различия достоверны на уровне $p < 0,01$

* -различия достоверны на уровне $p < 0,05$

Мы видим, что для представителей народов Северного Кавказа значимо выше приоритет таких ценностей как **безопасность, конформность, традиция** (ценности *сохранения* по Шварцу), **универсализм** (ценность *самопреодоления* по Шварцу) **и власть** (ценность *самоутверждения*). Для русских более значимыми являются такие ценности как **самостоятельность, стимуляция, гедонизм** (ценности *открытости к изменениям* по Шварцу) **и достижение** (ценность *самоутверждения* по Шварцу). В значимости такого блока ценностей как **благожелательность** межкультурных различий не выявлено. Данные межкультурные различия в ценностных приоритетах, на наш взгляд, отражают различия по линии «традиционализм – модернизованность», где культуры Северного Кавказа располагаются ближе полюсу традиционализма (примат группы над индивидом), а русская культура на этом континууме ближе к полюсу модернизованности (выше роль отдельного индивида).

В соответствии с теорией ценностей индивида Шварца, ценности **безопасности, традиции и конформности** формируют полюс «сохранения», а ценности **самостоятельности, стимуляции и гедонизма** – полюс «открытости к изменениям».

Далее посмотрим, существуют ли межкультурные различия в отношении к инновациям (см. табл. 3)

Таблица 3. Межкультурные различия отношения к инновациям русских и представителей народов Северного Кавказа

Отношение к инновациям	русские	Народы С.Кавказа
Креативность	3,54***	3,28***
Риск ради успеха	3,21**	3,03**
Ориентация на будущее	3,39***	3,02***
Уверенность в себе	3,56***	3,37***
Способность к изменениям	3,03***	2,67***
Стремление к инновациям	3,83***	3,53***
Любовь к новизне	3,40*	3,27*
Общий индекс инновативности личности	3,39***	3,14***

*** -различия достоверны на уровне $p < 0,001$

** -различия достоверны на уровне $p < 0,01$

* -различия достоверны на уровне $p < 0,05$

Выявлены значимые межкультурные различия во всех показателях отношения к инновациям: *креативность, способность к изменениям, ориентация на будущее, уверенность в себе, стремление к инновациям, готовность к риску ради успеха, любовь к новизне и общий индекс инновативности личности* значимо выше у русских респондентов. Обусловлены ли эти различия особенностями культур, к которым принадлежат наши респонденты?

Далее мы задались целью проверить взаимосвязь ценностей культуры и отношения к инновациям у всей выборки и у представителей разных этнокультурных групп.

В таблице 4 приведены результаты множественного регрессионного анализа взаимосвязей между ценностями культуры и отношением к инновациям на всей выборке¹.

Таблица 4. Взаимосвязь между ценностями культуры и отношением к инновациям (вся выборка)

Зависимые переменные	Предикторы					R ²
	Безопасность β	Традиция β	Самостоятельность β	Стимуляция β	Власть β	
Креативность			.35***			.12
Риск ради успеха			.20***	.20***		.10
Ориентация на будущее	-.11*	-.16**	.11*			.06
Уверенность в себе			.19***			.03
Способность к изменениям				.10*		.02
Стремление к инновациям		-.31***	.10*		-.35***	.13
Любовь к новизне	-.13**	-.16***				.04
Индекс инновационности личности		-.16***	.23***		-.12**	.09

*** -различия достоверны на уровне $p < 0,001$

** -различия достоверны на уровне $p < 0,01$

* -различия достоверны на уровне $p < 0,05$

Мы видим, что наиболее позитивные взаимосвязи с инновативными установками на всей выборке демонстрируют ценности **самостоятельности** (связаны с креативностью, риском ради успеха, ориентацией на будущее, уверенностью в себе, стремлением к инновациям и общим индексом инновационности личности) и **стимуляции** (связаны с риском ради успеха и способностью к изменениям).

Негативные взаимосвязи с инновативными установками личности показали ценности **безопасности** (негативно связаны с ориентацией на будущее и любовью к новизне), **традиции** (негативно связаны с ориентацией на будущее, стремлением к инновациям, любовью к новизне и общим индексом инновационности личности) и **власти** (негативно связаны со стремлением к инновациям и общим индексом инновационности личности).

Далее посмотрим, есть ли кросс-культурные различия во влиянии ценностей на инновативные установки? В таблицах 5 и 6 представлены результаты регрессионного анализа в выборках русских и представителей народов Северного Кавказа.

Таблица 5. Взаимосвязь между ценностями культуры и отношением к инновациям (русские)

¹ При выполнении регрессионного анализа осуществлялся контроль вариации по демографическим характеристикам (пол, возраст, этническая принадлежность). Также контролировалось взаимодействие всех независимых переменных (оценивалась значимость вклада в вариацию зависимой переменной). В таблице приводится процент вариации, обусловленный влиянием только обозначенных независимых переменных, исключая вариацию по демографическим характеристикам и при условии незначимости взаимодействия между независимыми переменными

Зависимые переменные	Предикторы					R ²
	Безопасностьβ	Традицияβ	Самостоятельностьβ	Стимуляцияβ	Властьβ	
Креативность			.43***	.18**		.22
Риск ради успеха			.24***	.25***	.15*	.17
Ориентация на будущее	-.17*	-.18**				.09
Уверенность в себе			.27***			.06
Стремление к инновациям		-.32***	.14*		-.21**	.13
Любовь к новизне	-.14*	-.14*				.04
Индекс инновационности личности			.31***			.12

*** -различия достоверны на уровне p<0,001

** -различия достоверны на уровне p<0,01

* -различия достоверны на уровне p<0,05

Из данных таблицы 5 следует, что с инновативными установками у русских позитивно связаны такие ценности как **самостоятельность** (связана с *креативностью, риском ради успеха, уверенностью в себе, стремлением к инновациям и общим индексом инновационности личности*) и **стимуляция** (связана с *креативностью и риском ради успеха*). Негативно связаны с отношением к инновациям такие ценности как **безопасность** (с *ориентацией на будущее и любовью к новизне*) и **традиция** (с *ориентацией на будущее, стремлением к инновациям и любовью к новизне*). Такая ценность как **власть** на русской выборке показала амбивалентную связь с инновативными установками (позитивно связана с *риском ради успеха* и негативно – со *стремлением к инновациям*).

Таблица 6. Взаимосвязь между ценностями культуры и отношением к инновациям (представители Северного Кавказа)

Зависимые переменные	Предикторы				R ²
	Безопасностьβ	Традицияβ	Самостоятельностьβ	Властьβ	
Креативность			.25***		.07
Уверенность в себе			.15*		.04
Стремление к инновациям		-.20***		-.27***	.13
Любовь к новизне	-.14*	-.15*			.04
Индекс инновационности личности			.16**	-.18**	.08

*** -различия достоверны на уровне p<0,001

** -различия достоверны на уровне p<0,01

* -различия достоверны на уровне p<0,05

Согласно данным таблицы 6, у представителей народов Северного Кавказа с инновативными установками позитивно связаны только ценности **самостоятельности** (с *креативностью, уверенностью в себе и общим индексом инновативности личности*).

Негативная взаимосвязь выявлена у таких ценностей как **безопасность** (с любовью к новизне), **традиция** (со стремлением к инновациям и любовью к новизне) и **власть** (со стремлением к инновациям и общим индексом инновативности личности).

Обсуждение результатов

Итак, в нашем исследовании выявились различия в ценностных приоритетах индивидов, принадлежащих к разным этнокультурным группам: у русских доминируют ценности *открытости к изменениям*: **самостоятельность, стимуляция, гедонизм**, у представителей народов Северного Кавказа – ценности *сохранения*: **безопасность, конформность, традиция**. Выявились и значимые межкультурные различия в отношениях к инновациям: все инновативные установки выше у русских респондентов.

Проверка обусловленности инновативных установок индивидуальными ценностями с помощью регрессионного анализа на всей выборке показала, что с инновативными установками личности позитивно связаны ценности **самостоятельности и стимуляции**, негативно – ценности **безопасности, традиции и власти** (см. рис. 1)

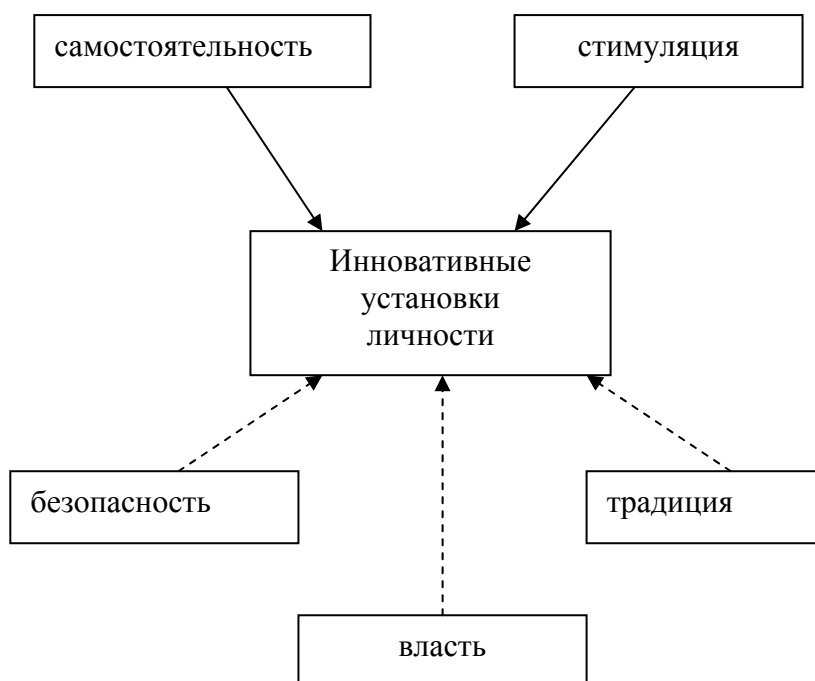


Рис.1. Универсальные ценности, влияющие на отношение к инновациям

Эти результаты в целом согласуются с данными зарубежных исследований, а именно: индивидуалистические тенденции в культуре (акцент на самостоятельности) способствуют инновациям, а «вертикальность» культуры (акцент на власти) – препятствует (Shane, 1992, 1995). Наши данные также совпадают с результатами исследования Доллингера с коллегами, а именно – ценности **самостоятельности** и

стимуляции способствуют позитивному отношению к инновациям, а ценности **безопасности, традиции и власти** - препятствуют (Dollinger, Burke & Gump, 2006).

Что касается кросс-культурных различий, то, в отличие от русских, у представителей народов Северного Кавказа, ценность **стимуляции** не связана с инновативными установками.

Из сравнения результатов регрессионного анализа в разных этнокультурных группах следует, что существуют универсальные культурные ценности, способствующие и препятствующие инновативным установкам, вне зависимости от этнокультурной принадлежности. Культурные ценности, способствующие инновативным диспозициям личности, согласно данным нашего исследования – **самостоятельность и стимуляция**. Препятствуют инновативным установкам личности ценности **безопасности, власти и традиции**.

Выводы:

1. Существуют межкультурные различия в ценностных профилях представителей разных этнокультурных групп россиян: у русских преобладают ценности **открытости к изменениям: самостоятельность, стимуляция, гедонизм**, у представителей народов Северного Кавказа – ценности **сохранения: безопасность, конформность, традиция**.

2. Выявились и значимые межкультурные различия в отношениях к инновациям: все инновативные установки выше у русских респондентов.

3. С инновативными установками личности во всей выборке позитивно связаны такие культурные ценности как **самостоятельность и стимуляция**, негативно – ценности **безопасности, традиции и власти**. Эти результаты согласуются с данными зарубежных исследований (Shane, 1992, 1995; Dollinger, Burke & Gump, 2006).

4. Выявлены кросс-культурные различия: в отличие от русских, у представителей народов Северного Кавказа, ценность **стимуляции** не связана с инновативными установками.

5. Выявлены универсальные культурные ценности, способствующие и препятствующие инновативным установкам, вне зависимости от этнокультурной принадлежности: способствуют инновативным диспозициям личности ценности **самостоятельности и стимуляции**, препятствуют - ценности **безопасности, власти и традиции**.

Литература:

1. Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу // Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. Изд-во Московской школы политических исследований. М., 2002.
2. Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре. // Психологический журнал. Т.22, №3, 2001, стр. 26-36.
3. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М. Изд-во ГУ-ВШЭ, 2007.
4. Diener, E. Suh (Eds.) Culture and subjective well-being, London, 2000.
5. Dollinger S.J., Burke Ph.A. & Gump N.W. Creativity and Values (in press).
6. Hofstede, G. Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations (2nd ed.). Beverly Hills CA: Sage, 2001.
7. Inglehart, R., & Baker, W. E. Modernization, cultural change and the persistence of traditional values. American Sociological Review, 2000, 65, 19-51.
8. Schwartz S. H. Mapping and interpreting cultural differences around the world. H.Vinken, J.Soeters & P.Ester (Eds.) Comparing Cultures: Dimensions of Culture in a Comparative Perspective. Brill: 2004, p.43-73.

9. Shane, S. Why do some societies invent more than others? *Journal of Business Venturing*, 1992, 7, 29-46.
10. Shane, S., Venkatarman, S. & I. Mac-Millan, Cultural differences in Innovation Strategies. // *Journal of Management*, 1995, Vol.21, N.5: 931-952.
11. Triandis, H. C. *Culture and Social Behavior*. New York: McGraw- Hill, Inc., 1994.