

Н.М.Лебедева

Москва, Государственный университет – Высшая Школа

Экономики

Ценности и отношение к инновациям студентов России и Китая

В настоящее время для ученых и политиков многих стран становится очевидным тот факт, что необходимым условием экономического роста и процветания является переход экономики в инновационную фазу развития.

Странам «догоняющего» развития, среди которых – Россия и Китай, по мнению специалистов, предстоит преодолеть так называемый «культурный барьер», чтобы развить инновационную экономику. Этот культурный барьер во многом сходен в обеих странах: бюрократия, отношения собственности, слабость правовой системы, родственные и личные связи, авторитаризм, коррупция и др. В современную эпоху, отвечая на вызовы времени и стремясь достичь успеха в международном соревновании, Китай и Россия демонстрируют высокие темпы экономического роста. При этом Китай занимает второе место (после США) в динамике затрат на инновации, а в России сохраняется непозволительно низкий для мировой державы уровень инновационной активности (Инновационное развитие..., 2008), несмотря на то, что интеллектуальный и креативный потенциал российской молодежи очень высок в сравнении с другими странами [Лебедева, 2008; Kharkurin & Motalleebi, 2008].

Эмпирическое исследование влияния культуры на отношение к инновациям российских и китайских студентов

Основная цель исследования – сравнительный анализ влияния характеристик культуры на отношение российских и китайских студентов к инновациям.

Участники исследования: 293 респондента; них - 193 русских студента НИУ-ВШЭ (Москва, Россия), 100 китайских студентов Харбинского педагогического университета (Харбин, Китай).

Основные результаты исследования

В исследовании обнаружены межкультурные различия в индивидуальных ценностях русских и китайских студентов, а именно – российские студенты больше предпочитают ценности, выражающие интересы индивида (**Открытость к изменениям и Самоутверждение**), а китайские студенты – ценности, выражающие интересы группы (**Сохранение и Самопреодоление**). Выявленные межкультурные различия в ценностных приоритетах, на наш взгляд, отражают различия по линии «традиционализм – модернизм», где китайская культура располагается ближе полюсу традиционализма (выше ценности, выражающие интересы группы: **Сохранения и Самопреодоления**, а российская культура на этом континууме ближе к полюсу модернизированности (выше ценности, выражающие интересы индивида: **Самоутверждения и Открытости к изменениям**). Межгрупповое сравнение установок по отношению к инновациям показало наличие значимых различий между русскими и китайскими студентами: такие показатели отношения к инновациям как **креативность, риск ради успеха** и общий **Индекс инновативности личности** значимо выше у российских студентов, чем у китайских.

Результаты множественного регрессионного анализа взаимосвязей ценностей и инновативных установок с контролем по полу и возрасту показали, что ценности **Открытости к изменениям** способствуют позитивным установкам по отношению к инновациям, а ценности

Сохранения – препятствуют (на общей, российской и китайской выборках). Эти результаты согласуются с данными предыдущих исследований [Dollinger, Burke & Gump, 2007; Лебедева, 2009] и свидетельствуют о близком к универсальности характере этой взаимосвязи.

Культурная специфика взаимосвязей ценностей и отношения к инновациям проявилась в российской и китайской группах. В российской выборке ценности Самостоятельности значимо более выражены, чем в китайской и позитивно связаны с такими показателями отношения к инновациям как **креативность, риск ради успеха и индекс инновативности личности**. Ценности Самостоятельности, наиболее предпочитаемые русскими студентами, – источник креативности, побуждают к инновациям и способствуют продуцированию новых решений в условиях кризисов, с которыми сталкиваются общества. Поведение, основанное на этих ценностях, внутренне мотивировано, оно способствует удовлетворению индивидуальных потребностей без ущемления интересов других людей и редко несет угрозу социальной гармонии. Индивидуальные ценности российских студентов, препятствующие инновациям, это ценности *традиции, конформности, гедонизма и власти*, т.е. ценности **Сохранения** и **Самоутверждения**. В китайской выборке ценности Самостоятельности выражены намного слабее и не связаны с инновативными установками студентов, позитивная связь есть только с ценностями Стимуляции (ценности *разнообразия, ощущения полноты жизни*). Негативные связи с отношением к инновациям показали ценности **безопасности, конформности и гедонизма**.

На наш взгляд, эти различные взаимосвязи ценностей и отношения к инновациям могут свидетельствовать о том, что мотивация

инновационной деятельности в разных культурах может опираться на разные ценностные приоритеты. Так, в более модернизированной культуре (российской) мотивировать людей к инновациям могут ценности, отражающие самостоятельность и активность индивида, в более традиционной китайской культуре эти ценности менее выражены и не могут служить основой мотивации инновационной деятельности. В обеих культурах мощной мотивационной силой стремления к инновациям являются ценности Стимуляции (потребность в разнообразии, новизне). Препятствуют инновационной деятельности в обеих культурах ценности **Сохранения** (Традиция, Конформность, Безопасность) и **Самоутверждения** (Власть, Гедонизм). Здесь также есть культурная специфика: для россиян, у которых более выражено «личностное» начало, сильнее выражено и негативное влияние ценностей **Самоутверждения** (Власти и Гедонизма) на отношение к инновациям, чем для китайцев.

В заключение следует отметить, что ценности индивидов, несомненно, взаимосвязаны с инновативными установками личности, и эта взаимосвязь опосредована культурной социализацией. На сегодняшний день, как показывает наше исследование, отношение российских студентов к инновациям более позитивно, чем отношение китайских студентов (при том, что инновационная активность Китая на государственном уровне в разы превышает аналогичную активность России). Следовательно, китайскому правительству лучше удастся мотивировать и стимулировать инновационную активность в своей стране, чем российскому. Возможно, при разработке соответствующих программ не учитывается культурная специфика России и меры, стимулирующие инновационную деятельность, не учитывают ценностных приоритетов граждан современной России. Согласно нашим данным, мотивация инновационной деятельности в России нуждается в большем развитии и

поощрении самостоятельности и активности личности, что опирается на выявленные ценностные приоритеты российской молодежи.

Литература:

1. Инновационное развитие — основа модернизации экономики России: Национальный доклад. М.: ИМЭМО РАН, ГУ–ВШЭ, 2008.
2. Лебедева Н.М. Ценности культуры, экономические установки и отношение к инновациям в России. // Журнал ГУ-ВШЭ «Психология», 2008, Т.5, №2 с. 68-88.
3. Лебедева Н.М. Ценности и отношение к инновациям российских и канадских студентов. // Психологический журнал, 2009, Т.30, № 6, с. 81-92.
4. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Методика исследования отношения личности к инновациям. // Альманах современной науки и образования, Тамбов: Грамота, 2009, №4 (23), часть 2, с. 89-96.
5. Лебедева Н.М., Ясин Е.Г. Культура и инновации: к постановке проблемы. // Форсайт, 2009, №2 (10), с.16-26.
6. Dollinger S.J., Burke Ph.A. & Gump N.W. Creativity and Values. // Creativity Research Journal, 2007, Vol. 19, Nos. 2–3, pp. 91–103
7. Kharkhurin, A., Motalleebi, S.N.S. The Impact of the Creative Potential of American, Russian, and Iranian College Students.// Creativity Research Journal, 20 (4), 2008, pp. 404–411.
8. Shane, S. Why do some societies invent more than others? Journal of Business Venturing, 1992, N. 7, pp. 29–46.

Аннотации:

Лебедева Н.М. Ценности и отношение к инновациям студентов России и Китая. В статье представлены результаты эмпирического исследования взаимосвязи ценностей культуры по Шварцу и установок по отношению к инновациям студентов России и Китая. Множественный регрессионный анализ позволил выявить как универсальные, так и культурно-специфические ценности, способствующие позитивному отношению к инновациям у российской и китайской молодежи.

Lebedeva N.M. Values and attitudes to innovation Russian and Chinese students. The results of study of relationships between values (SVS method) and attitudes to innovations of Russian and Chinese students are presented. Multiple regressions revealed universal as well as culturally specific relationships between values and attitudes to innovations, promoted positive attitudes to innovations among Russian and Chinese youth.