

КРОССКУЛЬТУРНАЯ И ЭТНИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ

ЦЕННОСТИ И ОТНОШЕНИЕ К ИННОВАЦИЯМ: МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ¹

© 2009 г. Н.М. Лебедева

*Доктор психологических наук, профессор, Государственный университет –
Высшая школа экономики, Москва;*

e-mail: lebedhope@yandex.ru

Представлены результаты исследования взаимосвязи ценностей и отношения к инновациям студентов Канады и России (русских и представителей Северного Кавказа), $n = 426$ чел. Установлена взаимосвязь ценностей индивидов с их отношением к инновациям. Выявлены значимые межкультурные и межполовые различия в ценностных приоритетах и установках по отношению к инновациям. С помощью множественного регрессионного анализа выявлено, что ценности Открытости к изменениям (Самостоятельность, Стимуляция) и Универсализма способствуют позитивным установкам по отношению к инновациям, а ценности Власти и Традиции – препятствуют. Связи ценностей и установок по отношению к инновациям имеют как универсальный, так и культурно-специфический характер.

Ключевые слова: культура, ценности, установки, инновации, кросскультурная психология, межполовые различия.

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 кросскультурной психологии и смежных дисциплинах 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 [6, 10, 18–20].

Тем не менее, связь между культурными ценностями, с одной стороны, и инновационностью и изобретательностью членов данного общества – с другой, недостаточно изучена. Согласно результатам кросскультурных исследований, на инновационность и изобретательность влияют

два измерения культуры: **горизонтальность** (не-иерархичность) общества и **индивидуализм** [18]. Изобретательность более вероятна в менее *иерархическом* обществе, так как бюрократия подавляет творческую активность. В иерархических обществах более распространены системы контроля, подавляющего креативность и изобретательность; изобретения часто влекут за собой радикальные социальные изменения, которые в иерархических обществах стремятся минимизировать, опасаясь перераспределения власти. В *индивидуалистических* обществах больше ценится свобода, необходимая для творчества; изобретателей нужно вознаграждать материально и признанием, что более типично для индивидуалистических обществ, умеющих ценить и выделять индивидуальность. Психологические характеристики независимости, достижений и неконформизма, важные для инноваций и изобретательности, более распространены в индивидуалистических обществах.

Отечественные психологи провели эмпирические исследования психологической готовности граждан к инновациям и по этому критерию выделили социально-психологические типы в диапазоне от “активных реформаторов” до “активных противников” [1]. Полученные результа-

¹ Индивидуальный исследовательский проект № 08-01-0083 “Социокультурные и личностные детерминанты инновационности в России и Канаде: сравнительный анализ” выполнен при поддержке Научного фонда ГУ – ВШЭ. Автор выражает искреннюю благодарность профессору Саскатчеванского университета В. Чиркову за помощь в опросе канадских студентов.

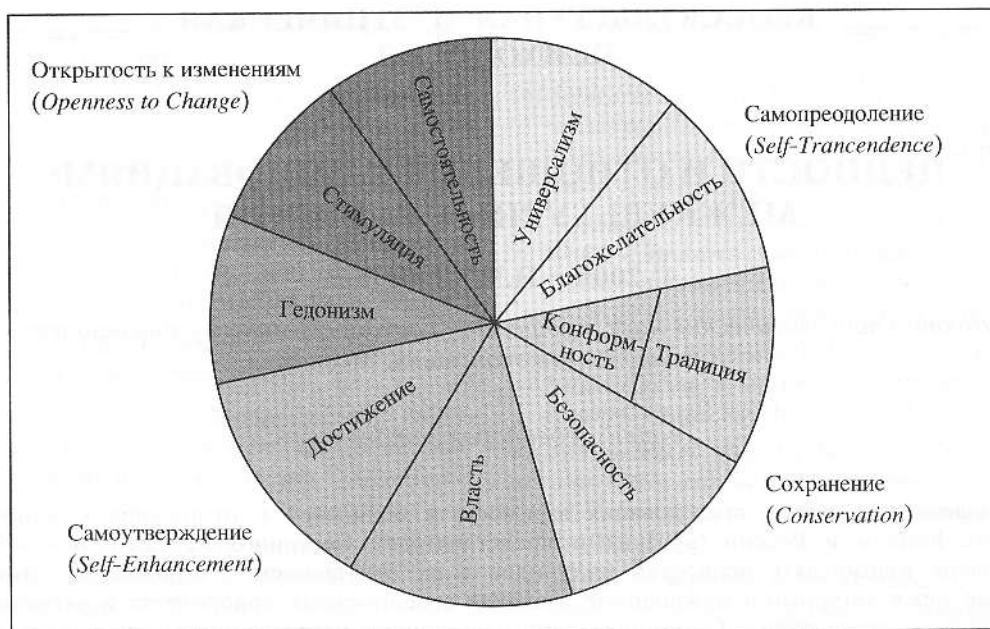


Рис. Структура индивидуальных ценностей и отношений между ними [13].

ты свидетельствуют о многофакторной природе инновационности и необходимости дифференцированной оценки психологической готовности разных социальных категорий граждан к социальным инновациям.

В исследованиях О.С. Советовой было показано, что инновативная диспозиция (как обобщенная, так и конкретная) может быть связана с личностными свойствами. При этом отношение к новому, к изменениям (инновационная компонента) является самостоятельной составляющей культуры любого народа, имеет исторические корни и изменяется с течением времени [5]

В России не проводилось исследований взаимосвязи культурных ценностей и отношения к инновациям, готовности их продуцировать, внедрять и принимать, т.е. культурной обусловленности инновационного климата. От знания особенностей этих взаимосвязей зависит разработка стратегии и тактик социально-экономического развития в поликультурной России.

Ценности, доминирующие в обществе, – это главный элемент культуры, и ценностные приоритеты индивидов реализуются в основных целях поведения. В настоящее время наиболее популярным и активно используемым подходом к исследованию ценностей в психологии является подход Ш. Шварца [13, 14].

Основываясь на теоретических и эмпирических исследованиях, Шварц сгруппировал ценности в десять блоков (типов мотивации): власть, достижение, гедонизм, стимуляция, самостоя-

тельность, универсализм, благожелательность, традиция, конформность, безопасность. Результаты многочисленных эмпирических исследований подтвердили наличие близкого к универсальности набора из десяти типов ценностей и структуры отношений между ними (см. рис.). Хотя индивиды из разных культур могут приписывать отдельным ценностям разное значение, все ценности организованы в ценностно-мотивационные оппозиции, расположившиеся на двух биполярных осях: Открытость к изменениям (ценности Самостоятельности и Стимуляции) – Сохранение (Безопасность, Конформность и Традиция) и Акцент на себе (Самоутверждение) (Власть, Достижение, Гедонизм) – Акцент на других (Самопреодоление) (Универсализм и Благожелательность) [2, 13, 16].

Исходя из теории Шварца, можно предположить, что ценности, относящиеся к полюсу Открытости к изменениям (Самостоятельность и Стимуляция), должны быть связаны со стремлением к творчеству и инновациям, а ценности противоположного полюса – Сохранения (Безопасность, Традиция и Конформность), наоборот, должны быть негативно связаны со стремлением к инновациям.

В исследовании С. Доллингера с соавторами [7] было показано, что более креативные студенты имеют иную систему ценностей, чем их одноклассники. 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.

В нашем исследовании участвовали три группы студентов (канадцы, русские и представители народов Северного Кавказа) из культур с предположительно разными ценностными приоритетами и неодинаковой степенью выраженности половых ролей (это обусловлено разной степенью модернизированности) в целях выявления межгрупповых различий ценностей и отношения к инновациям, а также взаимосвязей между ними.

Цели исследования:

1. Выявить межкультурные и межполовые различия в ценностях и установках по отношению к инновациям.

2. Выявить взаимосвязь ценностей и отношения к инновациям в трех этнокультурных группах (русские, канадцы и представители народов Северного Кавказа).

3. Провести кросскультурную проверку универсальности и специфичности связей ценностей культуры и отношения к инновациям в разных этнокультурных группах.

Теоретическая гипотеза: ценности индивидов взаимосвязаны с их отношением к инновациям; характер этой взаимосвязи обусловлен культурой.

Исследовательские гипотезы:

1. Существуют межкультурные и межполовые различия в ценностях по оппозициям: Сохранение – Открытость к изменениям и Самоутверждение – Самопреодоление.
2. Существуют межкультурные и межполовые различия в установках по отношению к инновациям: установки канадских и русских студентов являются более позитивными, чем установки студентов Северного Кавказа; установки мужчин по отношению к инновациям более позитивны, чем установки женщин.

3. Ценности Открытости к изменениям (Самоостоятельность, Стимуляция) и Универсализма способствуют позитивным установкам по отношению к инновациям, а ценности Власти и Традиции – препятствуют.

4. Связи ценностей и установок по отношению к инновациям имеют как универсальный, так и культурно-специфический характер.

МЕТОДИКА

Участники исследования: 426 респондентов; из них 193 русских студента Государственного университета – Высшая школа экономики (Москва, Россия), 137 студентов Ставропольского государственного университета, представителей народов Северного Кавказа: даргинцы, ингуши, чеченцы и др. (Ставрополь, Россия), 96 студентов Саскатчеванского университета (Саскатун, Канада) – см. табл. 1.

Процедура исследования. Участникам предлагали заполнить опросник с набором методик, позволяющих выявлять индивидуальные ценности респондентов и их установки по отношению к инновациям. Русские и северокавказские студенты заполняли опросник на русском языке, канадские – на английском. Бланки опросника исследователь предъявлял очно группе респондентов (15–20 чел.), и каждый заполнял опросник индивидуально (время заполнения 15–25 мин). Таким образом, порядок предъявления методик для всех трех выборок был одинаковым.

В опросник вошли следующие методики:

1. Методика культурных ценностных ориентаций Ш. Шварца (SVS57). Респонденту предлагалось с помощью семибалльной шкалы оценить важность для него каждой из 57 ценностей. Инструкция: «Отвечая на этот вопросник, Вам следует спросить себя: “Какие ценности более важны для меня как основополагающие принципы моей жизни, а какие менее важны?”. Ниже приведены два

Таблица 1. Состав выборки

Культурная группа	Количество респондентов	Возраст	Пол, чел.
Русские	193	Me = 20, min – 18, max – 22	Муж. – 81 Жен. – 112
Канадцы	96	Me = 21, min – 18, max – 26	Муж. – 34 Жен. – 62
Народы Северного Кавказа	137	Me = 23, min – 20, max – 28	Муж. – 57 Жен. – 80

списка ценностей. Эти ценности взяты из разных культур. В скобках после каждой ценности дано объяснение, которое поможет Вам лучше понять ее значение. Ваша задача – указать, в какой степени каждая ценность является основополагающим принципом Вашей жизни. Используйте приведенную ниже шкалу оценок:

0 – данная ценность совершенно не важна для Вас, т.е. не является основополагающим принципом Вашей жизни.

3 – данная ценность важна для Вас.

6 – данная ценность очень важна для Вас.

Чем выше число (0 1 2 3 4 5 6), тем выше значение данной ценности как основополагающего принципа Вашей жизни.

–1 означает, что данная ценность противоречит основополагающим принципам Вашей жизни.

7 – данная ценность важнейшая для Вас и является основополагающим принципом Вашей жизни; обычно таких ценностей не более двух.

На свободном месте, оставленном перед каждой ценностью, укажите цифру (–1, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7), отражающую степень важности данной ценности лично для Вас. Постарайтесь использовать все цифры как можно точнее и разнообразнее, отражая Ваше отношение к данным ценностям. Разумеется, каждая цифра может быть использована неоднократно».

Примеры ценностей: Равенство (равные возможности для всех), Внутренняя гармония (быть в мире с самим собой), Власть (контроль над другими, господство).

2. Авторская методика *Иновативные качества личности* [4], состоящая из 15 утверждений, в которых респондентам предлагалось оценить степень своего сходства с человеком, чьи характеристики описывались с помощью пятибалльной шкалы: от 1 – абсолютно не похож на меня, до 5 – абсолютно похож на меня. Методика содержит 4 основные шкалы, выделенные с помощью эксплораторного факторного анализа по методу главных компонент путем вращения корреляционной матрицы по типу *varimax*. Шкалы методики:

1. “Креативность” (6 вопросов, пример: Ему (ей) нравится делать все по-своему, оригинально, α -Кронбаха = 0.80).

2. “Риск ради успеха” (4 вопроса, пример: Он (она) готов(а) идти на риск ради достижений, α -Кронбаха = 0.69).

3. “Ориентация на будущее” (4 вопроса, пример: С его (ее) точки зрения, сегодняшние по-

тери совсем необязательно плохи для будущего, α -Кронбаха = 0.74).

4. “Уверенность в себе” (2 вопроса, пример: Он (она) не преклоняется перед авторитетами, он (она) независим(а), α -Кронбаха = 0.64).

Среднее значение вышеуказанных 4 шкал составило интегральный “Индекс иновативности личности” (α -Кронбаха = 0.79 – русские; 0.87 – кавказцы; 0.76 – канадцы).

Апробация и адаптация методик осуществлялась в ходе трех исследований (1053 респондента): первое проведено в 2007 г., выборка составила 637 респондентов (360 – русские, 267 – представители народов Северного Кавказа); второе проведено в 2007–2008 гг. под нашим руководством студенткой факультета психологии ГУ – ВШЭ О. Ковалевой, в выборку вошли 123 менеджера; третье проведено нами в 2008 г., в выборку вошли 293 служащих международной компании.

Независимые переменные

1. Блоки индивидуальных ценностей (10 переменных):

Безопасность, Конформность, Традиция, Благожелательность, Универсализм, Самостоятельность, Стимуляция, Гедонизм, Достижение, Власть. Каждая переменная рассчитывается как средняя арифметическая ценностей, входящих в данный блок в соответствии с ключом.

2. Ценностные оппозиции (4 переменные):

Сохранение – рассчитывается как среднее арифметическое блоков ценностей Безопасность, Конформность, Традиция.

Открытость к изменениям – рассчитывается как среднее арифметическое блоков ценностей Самостоятельность, Стимуляция.

Самопреодоление – рассчитывается как среднее арифметическое блоков ценностей Благожелательность, Универсализм.

Самоутверждение – рассчитывается как среднее арифметическое блоков ценностей Гедонизм, Достижение, Власть.

Зависимые переменные

Иновативные качества личности:

а) Креативность – рассчитывается как средняя арифметическая ответов на вопросы, входящие в шкалу (5 вопросов).

б) Риск ради успеха – рассчитывается как средняя арифметическая ответов на вопросы, входящие в шкалу (4 вопроса).

в) Ориентация на будущее – рассчитывается как средняя арифметическая ответов на вопросы, входящие в шкалу (3 вопроса).

г) Уверенность в себе – рассчитывается как средняя арифметическая ответов на вопросы, входящие в шкалу (3 вопроса).

д) Индекс инновативности личности – рассчитывается как среднее арифметическое шкал Креативность, Риск ради успеха, Ориентация на будущее, Уверенность в себе.

Статистическая обработка данных проводилась с помощью пакета SPSS 11.0. Для определения внутренней согласованности психологических оценок использовалась процедура Reliability, вычислялся коэффициент α -Кронбаха; для определения достоверности различий применялся Z-критерий Колмогорова–Смирнова для независимых выборок; для определения взаимосвязей переменных использовался множественный регрессионный анализ (методы *stepwise* и *enter*) с контролем возраста, половой принадлежности и взаимодействия переменных (*multicollinearity*).

РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Межгрупповые различия ценностей и отношения к инновациям

Описательные статистики и межгрупповые различия ценностей студентов по критерию Колмогорова–Смирнова приведены в табл. 2–4.

Приоритет ценностей *Безопасности*, *Самостоятельности* и *Власти* значимо выше у русских студентов, а ценности *Универсализма*, *Традиции* и ценностная оппозиция *Самопреодоления*

больше предпочитают канадские студенты, чем русские.

Для представителей народов Северного Кавказа значимо выше, чем для русских, приоритет таких ценностей, как *Безопасность*, *Конформность*, *Традиция*, *Универсализм*, *Власть*, и на уровне ценностных оппозиций – ценности *Сохранения*. Русские студенты в большей степени предпочитают такие ценности, как *Самостоятельность*, *Стимуляция*, *Гедонизм*, *Достижение*, *Благожелательность*, и на уровне ценностных оппозиций – ценности *Открытости к изменениям* и *Самопреодоления*.

Значимые межполовые различия выражены в предпочтении ценностей *Благожелательности*, *Универсализма*, *Самопреодоления* женщинами и ценностей *Самостоятельности*, *Стимуляции*, *Гедонизма*, *Власти*, *Открытости к изменениям* и *Самоутверждения* – мужчинами.

Таким образом, наша первая гипотеза о наличии межкультурных и межполовых различий по оппозициям: *Сохранение* – *Открытость к изменениям* и *Самопреодоление* – *Самоутверждение* нашла свое подтверждение.

Описательные статистики и межгрупповые различия отношения студентов к инновациям по критерию Колмогорова–Смирнова приведены в табл. 5–7.

Не выявлено различий в установках по отношению к инновациям между русскими и канадскими студентами.

Таблица 2. Межгрупповые различия ценностей русских и канадских студентов

Группы Ценности	Русские			Канадцы			Z-критерий
	Me	range	Min-max	Me	range	Min-max	
Безопасность	3.93	3.64	1.98–5.62	3.72	3.87	1.71–5.58	1.61*
Конформность	3.79	4.78	1.45–6.23	3.91	3.41	2.20–5.61	.73
Традиция	2.70	5.12	-.31–4.81	3.11	4.24	.92–5.16	1.77**
Благожелательность	4.58	4.20	2.15–6.35	4.71	3.42	2.78–6.21	.89
Универсализм	3.61	4.63	.85–5.48	3.91	3.30	2.60–5.90	1.77**
Самостоятельность	4.67	5.66	1.50–7.00	4.49	3.52	2.31–5.84	1.36*
Стимуляция	3.91	7.14	-.49–6.65	3.93	5.56	.40–5.96	.45
Гедонизм	3.80	6.96	-.02–6.95	4.26	4.40	1.58–5.98	1.55*
Достижение	4.34	5.40	1.45–6.85	4.51	2.81	2.89–5.70	1.23
Власть	3.25	6.10	.60–6.70	2.20	5.07	.15–5.22	2.97***
СОХРАНЕНИЕ	3.48	2.75	1.81–4.55	3.50	2.44	2.27–4.71	.73
ОТКРЫТОСТЬ К ИЗМЕНЕНИЯМ	4.25	4.87	1.64–6.52	4.16	3.79	1.81–5.60	.83
САМОПРЕОДОЛЕНИЕ	4.08	3.63	1.98–5.61	4.34	2.48	2.93–5.42	1.86**
САМОУТВЕРЖДЕНИЕ	3.73	5.21	1.23–6.45	3.63	3.16	2.21–5.37	.77

Примечание: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Таблица 3. Межгрупповые различия ценностей русских и представителей народов Северного Кавказа

Группы Ценности	Русские			Кавказцы			Z-критерий
	Me	range	Min-max	Me	range	Min-max	
Безопасность	3.93	3.64	1.98-5.62	4.24	4.98	1.39-6.38	1.77**
Конформность	3.79	4.78	1.45-6.23	4.40	4.32	1.57-5.89	3.02***
Традиция	2.70	5.12	-.31-4.81	3.80	4.76	1.17-5.93	4.24***
Благожелательность	4.58	4.20	2.15-6.35	4.13	4.26	1.87-6.13	2.7***
Универсализм	3.61	4.63	.85-5.48	3.89	4.03	1.73-5.78	1.66**
Самостоятельность	4.67	5.66	1.50-7.00	4.23	3.54	2.18-5.72	2.94***
Стимуляция	3.91	7.14	-.49-6.65	3.56	5.54	.67-6.21	.93
Гедонизм	3.80	6.96	-.02-6.95	3.82	8.16	-1.18-6.98	.73
Достижение	4.34	5.40	1.45-6.85	3.84	3.51	2.25-5.76	2.24***
Власть	3.25	6.10	.60-6.70	3.70	5.83	.94-6.77	1.71**
СОХРАНЕНИЕ	3.48	2.75	1.81-4.55	4.12	2.39	2.76-5.15	4.64***
ОТКРЫТОСТЬ К ИЗМЕНЕНИЯМ	4.25	4.87	1.64-6.52	3.80	3.32	2.37-5.36	2.27***
САМОПРЕОДОЛЕНИЕ	4.08	3.63	1.98-5.61	3.99	2.60	2.76-5.36	.96
САМОУТВЕРЖДЕНИЕ	3.73	5.21	1.23-6.45	3.80	3.72	1.82-5.55	1.05

Примечание. См. к табл. 2.

Таблица 4. Межполовые различия в ценностях (вся выборка)

Группы Ценности	Мужчины			Женщины			Z-критерий
	Me	range	Min-max	Me	range	Min-max	
Безопасность	4.05	4.98	1.39-6.38	4.11	4.48	1.71-6.19	.66
Конформность	4.01	4.20	1.45-5.64	4.10	4.75	1.48-6.23	.75
Традиция	3.27	5.35	.25-5.60	3.05	6.24	-.31-5.93	.99
Благожелательность	4.19	3.92	2.15-6.07	4.50	4.48	1.87-6.35	1.75**
Универсализм	3.64	4.93	.85-5.78	3.78	4.12	1.36-5.48	1.49*
Самостоятельность	4.49	4.88	2.27-7.00	4.42	5.06	1.50-6.56	1.13
Стимуляция	4.01	5.25	1.37-6.61	3.43	7.14	-.49-6.65	2.30***
Гедонизм	3.94	6.49	.46-6.95	3.74	8.16	-1.18-6.98	1.38*
Достижение	4.14	4.53	2.32-6.85	4.03	4.96	1.45-6.41	.87
Власть	3.75	5.83	.87-6.70	3.41	6.17	.60-6.77	1.45*
СОХРАНЕНИЕ	3.74	2.96	2.19-5.15	3.76	3.15	1.81-4.95	.45
ОТКРЫТОСТЬ К ИЗМЕНЕНИЯМ	4.29	3.69	2.63-6.32	3.89	4.87	1.64-6.52	1.98***
САМОПРЕОДОЛЕНИЕ	3.92	2.96	1.98-4.95	4.15	2.86	2.76-5.61	1.96***
САМОУТВЕРЖДЕНИЕ	3.92	4.20	2.25-6.45	3.69	4.31	1.23-5.55	1.48*

Примечание. См. к табл. 2.

Такие показатели, как Креативность, Ориентация на будущее, Уверенность в себе, и общий Индекс инновативности личности значимо выше у русских студентов, чем у северокавказских.

У мужчин значимо выше такие показатели отношения к инновациям, как Креативность, Риск ради успеха, Уверенность в себе и общий Индекс инновативности личности. В русской выборке

у мужчин выше показатели Риска ради успеха ($Z = 1.83$) и Индекса инновативности личности ($Z = 1.83$), в канадской выборке у мужчин выше показатели Креативности ($Z = 1.56$) и Индекса инновативности личности ($Z = 1.44$), в группе кавказских студентов у мужчин выше показатели Креативности ($Z = 1.37$), Риска ради успеха ($Z = 1.53$), Уверенности в себе ($Z = 1.66$) и Индекса инновативности личности ($Z = 1.65$).

Таблица 5. Межгрупповые различия отношения к инновациям русских и канадских студентов

Группы Отношение к инновациям	Русские			Канадцы			Z-критерий
	Me	range	Min-max	Me	range	Min-max	
Креативность	3.60	3.40	1.60-5.00	3.60	3.40	1.40-4.80	1.00
Риск ради успеха	3.25	3.75	1.25-5.00	3.12	3.50	2.00-5.00	.73
Ориентация на будущее	3.67	3.33	1.67-5.00	3.67	3.00	2.00-5.00	.39
Уверенность в себе	3.67	3.67	1.33-5.00	3.67	2.67	2.00-4.67	.71
Индекс инновативности личности	3.50	2.69	2.02-4.71	3.45	2.37	2.23-4.60	.75

Таблица 6. Межгрупповые различия отношения к инновациям русских и кавказских студентов

Группы Отношение к инновациям	Русские			Кавказцы			Z-критерий
	Me	range	Min-max	Me	range	Min-max	
Креативность	3.60	3.40	1.60-5.00	3.40	3.80	1.00-4.80	2.03**
Риск ради успеха	3.25	3.75	1.25-5.00	3.25	3.75	1.00-4.75	.97
Ориентация на будущее	3.67	3.33	1.67-5.00	3.33	3.67	1.00-4.67	2.28***
Уверенность в себе	3.67	3.67	1.33-5.00	3.33	4.00	1.00-5.00	2.05***
Индекс инновативности	3.50	2.69	2.02-4.71	3.28	3.50	1.00-4.50	2.21**

Примечание. См. к табл. 2.

Таблица 7. Межполовые различия Отношения к инновациям (вся выборка)

Группы Отношение к инновациям	Мужчины			Женщины			Z-критерий
	Me	range	Min-max	Me	range	Min-max	
Креативность	3.60	3.40	1.60-5.00	3.40	4.00	1.00-5.00	1.53*
Риск ради успеха	3.50	3.25	1.75-5.00	3.00	4.00	1.00-5.00	2.28***
Ориентация на будущее	3.67	3.33	1.33-4.67	3.33	4.00	1.00-5.00	1.16
Уверенность в себе	3.67	3.33	1.67-5.00	3.33	4.00	1.00-5.00	2.05***
Индекс инновативности	3.59	2.77	1.82-4.58	3.28	3.71	1.00-4.71	2.21**

Примечание. См. к табл. 2.

Таким образом, вторая гипотеза о наличии межкультурных и межполовых различий в отношении к инновациям подтвердилась: установки русских и канадских студентов по отношению к инновациям более позитивны, чем северокавказских, а у мужчин во всех выборках более позитивное отношение к инновациям, чем у женщин.

2. Взаимосвязь ценностей и отношения к инновациям

Связаны ли выявленные межгрупповые различия в показателях отношения к инновациям с различиями в индивидуальных ценностях, являются ли эти связи универсальными, т.е. тождественными во всех группах?

Для проверки четвертой и пятой гипотез был проведен множественный регрессионный анализ (по методу *enter*) ценностей и инновативных установок во всей выборке и в каждой из культурных групп с контролем по половой принадлежности, возрасту и взаимодействию переменных (см. табл. 8-11, указаны только значимые связи).

С инновативными установками личности по всей выборке позитивно взаимосвязаны ценности *Самостоятельности*, *Стимуляции*, *Универсализма* и *Достижения*, отрицательно – ценности *Власти* и *Традиции*.

У русских студентов с инновативными установками позитивно связаны ценности *Самостоятельности*, *Стимуляции*, *Универсализма* и *Власти*, негативно – ценности *Традиции*.

Таблица 8. Взаимосвязь ценностей с отношением к инновациям (вся выборка)

Зависимые переменные	Независимые переменные									
	Самостоятельность, β	Стимуляция, β	Власть, β	R^2	F	Традиция, β	Универсализм, β	Достижение, β	R^2	F
Креативность	.36***	.15**		.17	23	-.21***	.11*		.06	8.7
Риск ради успеха	.14**	.22***	.18***	.11a	18	-.12*			.01	11
Ориентация на будущее	.24***			.07	10	-.23***	.15**	.15**	.09	12
Уверенность в себе	.22***			.05	8.1	-.13*	.16**		.03	8.7
Индекс инновативности	.29***	.12*	-.11*	.12	18	-.22***	.19***	.20***	.12	18

Примечание. F – значение критерия Фишера, β – стандартизированные коэффициенты уравнения регрессии, R^2 – доля дисперсии, *toler* – значение критерия толерантности (.85–.95); * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Таблица 9. Взаимосвязь ценностей с отношением к инновациям (русская выборка)

Зависимые переменные	Независимые переменные									
	Самостоятельность, β	Стимуляция, β	Власть, β	R^2	F	Традиция, β	Универсализм, β	Достижение, β	R^2	F
Креативность	.42***	.19**		.24	12	-.26**		.19	.06	9.6
Риск ради успеха	.22***	.23***	.22***	.17	14					
Ориентация на будущее	.15*	.15*		.05	3.6	-.22**			.06	8.9
Уверенность в себе	.27***			.06	4.1					
Индекс инновативности	.31***	.20**		.17	13	-.22**			.06	10

Примечание. См. к табл. 8.

Таблица 10. Взаимосвязь ценностей с отношением к инновациям (канадская выборка)

Зависимые переменные	Независимые переменные									
	Самостоятельность, β	Стимуляция, β	Власть, β	R^2	F	Традиция, β	Универсализм, β	Достижение, β	R^2	F
Креативность	.26*	.33***		.22	.14					
Риск ради успеха		.47***		.21	.13					
Ориентация на будущее		.34**		.15	.14					
Уверенность в себе		.24*	-.27**	.17	.12					
Индекс инновативности										

Примечание. См. к табл. 8.

Таблица 11. Взаимосвязь ценностей с отношением к инновациям (северокавказская выборка)

Зависимые переменные	Независимые переменные									
	Самостоятельность, β	Стимуляция, β	Власть, β	R^2	F	Традиция, β	Универсализм, β	Достижение, β	R^2	F
Креативность	.20*			.05	5.6		.23***		.07	8.2
Риск ради успеха							.17**		.03	3.6
Ориентация на будущее	.20*	-.19*		.10	4.6		.20***		.05	4.8
Уверенность в себе		-.23**		.08	6.3		.27***		.08	6.4
Индекс инновативности	.16*			.04	8.1	-.13	.25***		.08	6.8

Примечание. См. к табл. 8.

Таблица 12. Взаимосвязь ценностей – оппозиций и индекса инновативности

Группы	Зависимая переменная	Независимые переменные					
		Сохранение, β	Открытость к изменениям, β	Самопреодоление, β	Само-возвышение, β	R^2	F
Вся выборка	Индекс инновативности		.36***			.13	58.8
Русские	Индекс инновативности		.46***			.22	51.4
Канадцы	Индекс инновативности		.56***			.29	33.6
Кавказцы	Индекс инновативности						

Примечание. См. к табл. 8.

В канадской выборке с установками по отношению к инновациям позитивно связаны ценности *Самостоятельности* и *Стимуляции*, негативно – ценности *Власти*. Связей инновативных установок с ценностями *Традиции*, *Универсализма* и *Достижения* не выявлено.

У студентов Северного Кавказа с инновативными установками позитивно связаны ценности *Самостоятельности*, *Универсализма* и *Достижения*, негативно – ценности *Традиции* и *Стимуляции*.

Далее мы проделали множественный регрессионный анализ (*stepwise* метод) взаимосвязи ценностей – оппозиций и индекса инновативности (см. табл. 12).

Согласно данным множественного регрессионного анализа, инновативным установкам в общей, русской и канадской выборках способствуют ценности полюса *Открытость к изменениям*.

Таким образом, наша третья исследовательская гипотеза о том, что ценности *Открытости к изменениям* (*Самостоятельность*, *Стимуляция*) и *Универсализма* способствуют позитивным установкам по отношению к инновациям, а ценности *Власти* и *Традиции* – препятствуют, в целом,

подтвердилась на общей, канадской и, частично, русской выборках. Наряду с этим обнаружилась и культурная специфика: в русской выборке ценности *Власти* позитивно связаны с таким показателем отношения к инновациям как *Риск ради успеха*, а в кавказской выборке ценности *Стимуляции* имеют негативную взаимосвязь с *Ориентацией на будущее* и *Уверенностью в себе*.

Таким образом, нашла подтверждение четвертая исследовательская гипотеза о том, что связи ценностей и установок по отношению к инновациям имеют как универсальный, так и культурно-специфический характер.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Итак, в исследовании выявлены межкультурные и межполовые различия в индивидуальных ценностях русских, канадских и северокавказских студентов.

Выявленные межкультурные различия в ценностных приоритетах, на наш взгляд, отражают различия по линии “традиционализм–модернизм”, где культуры Северного Кавказа располагаются ближе полюсу традиционализма (выше ценности

Сохранения, ведущие к групповой гармонии), а русская и канадская культуры на этом континууме ближе к полюсу модернизированной (выше роль отдельного индивида, т.е. ценности Открытости к изменениям). Согласно Шварцу, ценности-оппозиции являются центральными для Я-концепции человека и мотивируют его на соответствующее поведение в терминах выгоды/цены [15]. В рамках этой парадигмы поведение в соответствии с ценностями Сохранения может привести к социальному одобрению, а цена отвержения этих ценностей – социальное неодобрение или угроза безопасности. Ценности Открытости к изменениям мотивируют наше стремление к внутренней свободе, творчество, любознательность, удовольствие, отказ от этих ценностей означает отказ от развития и самовыражения личности. Таким образом, можно предположить, что модернизация способствует динамике ценностных предпочтений от полюса Сохранения к полюсу Открытости к изменениям.

В исследовании также выявлены значимые межполовые различия: женщины больше предпочитают ценности Самопреодоления (*Благожелательность, Универсализм*), а мужчины – ценности Открытости к изменениям (*Самостоятельность, Стимуляция*) и Самоутверждения (*Гедонизм, Власть*). Наши данные полностью согласуются с данными других исследований: сравнения гендерных различий индивидуальных ценностей в 70 культурах показали, что мужчины больше предпочитают ценности Власти, Стимуляции, Самостоятельности, Достижения и Гедонизма, а женщины – ценности Благожелательности и Универсализма [17]. Согласно Шварцу, ценности Самоутверждения мотивируют стремление к материальным благам, а ценности Самопреодоления руководят индивидуальным поведением с точки зрения морали: забота о благополучии других (или причинение им вреда). Гендерные различия в ценностных приоритетах могут объясняться в свете теории социальных ролей, согласно которой различающиеся роли мужчин и женщин на рынке труда и в семье приводят к формированию различных полоролевых ожиданий, способствующих формированию разных ценностных приоритетов мужчин и женщин в ходе культурной социализации [9, 17].

Таким образом, первая гипотеза о наличии межкультурных и межполовых различий по оппозициям: Сохранение – Открытость к изменениям и Самоутверждение – Самопреодоление нашла свое подтверждение в нашем исследовании.

Межгрупповое сравнение установок по отно-

шению к инновациям показало отсутствие различий между русскими и канадскими студентами и наличие значимых различий между русскими и северокавказскими студентами. Выявились также значимые межполовые различия в отношении к инновациям: во всех трех культурных группах у мужчин более позитивное отношение к инновациям, чем у женщин, что также может быть объяснено с позиций теории социальных ролей [9]. Таким образом, вторая гипотеза о наличии межкультурных и межполовых различий в отношении к инновациям также подтвердилась.

Результаты множественного регрессионного анализа взаимосвязей ценностей и инновативных установок позволили в целом подтвердить нашу третью гипотезу о том, что ценности Открытости к изменениям (*Самостоятельность, Стимуляция*) и Универсализма способствуют позитивным установкам по отношению к инновациям, а ценности Власти и Традиции – препятствуют на общей, канадской и частично русской выборках. Эти результаты согласуются с данными зарубежных исследований [7, 15, 18, 19] и свидетельствуют о близком к универсальности характере этой взаимосвязи.

Согласно обобщениям Шварца на репрезентативных выборках из многих стран, иерархический порядок предпочтения ценностей удивительно схож в разных странах, что является, по мнению автора, следствием общей человеческой природы и адаптивных функций, которые ценности выполняют в поддержании социальной жизни. Наиболее предпочитаемыми и панкультурными являются ценности *Благожелательности, Универсализма* и *Самостоятельности*, наименее предпочитаемыми являются ценности *Власти* и *Стимуляции*.

В целом, такой порядок ценностей наблюдается и в наших выборках, но при этом есть и культурная специфика, нуждающаяся в понимании. По сравнению с канадскими студентами русские студенты больше предпочитают ценности Безопасности, кавказские студенты отдают этим ценностям еще большее предпочтение наряду с ценностями конформности. В свете нашего исследования, это свидетельствует о том, что ценности Безопасности и Конформности способствуют гармонии социального взаимодействия, помогают избегать конфликтов и нарушения групповых норм. Однако акцент на этих ценностях и поддержании статуса-кво препятствует поиску новых решений стоящих перед обществом задач, а следовательно – инновационности.

Ценности Самостоятельности, наиболее пред-

почитаемые 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.

Культурная специфика взаимосвязей ценностей и отношения к инновациям проявилась в русской и кавказской группах. В русской выборке ценности *Власти* значимо более выражены, чем в канадской, и позитивно связаны с таким показателем отношения к инновациям, как *Риск ради успеха*. Предпочтение ценностей *Власти*, согласно Шварцу, может привести к нарушению социальной гармонии, но при этом они помогают мотивировать людей работать ради групповых интересов [15].

На наш взгляд, взаимосвязь позитивного отношения к инновациям с ценностью *Власти* в русской выборке может объясняться высокой ценностью иерархии в нашей культуре [3] и тем, что инновации в таких культурах в основном внедряются “сверху”, и риски, связанные с новыми решениями, могут как подкрепляться авторитетом и ресурсами власти, так и подкреплять в случае успеха саму власть.

В кавказской выборке было выявлено, что ценности *Стимуляции* имеют негативную взаимосвязь с такими показателями отношения к инновациям, как *Ориентация на будущее* и *Уверенность в себе*. Ценность *Стимуляции* у кавказских студентов стоит на последнем, десятом, месте, в то время как у русских и канадских студентов она является пятой по значимости. Согласно Шварцу, важность ценностей *стимуляции* вытекает из требований легитимации внутренних потребностей достижения удовольствия и возбуждения, которые могут не цениться и не поощряться в традиционных культурах. Возможно, поиск новизны, риска и стремление к полноте жизни в данных культурах не связаны с инновациями, а стремление к инновациям, не являясь ценностью в традиционных культурах, не обеспечивает индивидам ощущения полноты жизни. Это объяснение согласуется с идеей Любарта о том, что новизна не является настолько большой ценностью в культурах Востока, как в культурах Запада. Западная концепция креативности прежде всего связана с инновацией, в то время как восточная включает в себя скорее новую интерпретацию традиции, чем ее разрушение [11, 12].

Данные предположения нуждаются в дополнительной проверке, однако наличие культурно-специфических связей ценностей и инновативных установок не только подтверждает нашу теоретическую и четвертую исследовательскую гипотезы, но и ставит практическую проблему внедрения инноваций с учетом культурной специфики.

ВЫВОДЫ

1. Выявлены межкультурные и межполовые различия в ценностных приоритетах. Межкультурные различия располагаются в основном по ценностной оси Сохранение – Открытость к изменениям, а межполовые – по ценностной оси Самоутверждение – Самопреодоление.
2. Выявлены межкультурные и межполовые различия в установках по отношению к инновациям: установки канадских и русских студентов более позитивны, чем установки студентов с Северного Кавказа; а установки мужчин по отношению к инновациям более позитивны, чем установки женщин.
3. Ценности индивидов взаимосвязаны с их отношением к инновациям; характер этой взаимосвязи обусловлен культурой.
4. Ценности *Открытости к изменениям* (*Самостоятельность*, *Стимуляция*) и *Универсализма* способствуют позитивным установкам по отношению к инновациям, а ценности *Власти* и *Традиции* – препятствуют.
5. Связи ценностей и установок по отношению к инновациям имеют как универсальный, так и культурно-специфический характер, обусловленный ценностными приоритетами членов данной культуры и имплицитными теориями креативности, присутствующими в данных культурах, что нуждается в дополнительных исследованиях на большем числе культур.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Журавлев А.Л. Социальная психология личности и малых групп: некоторые итоги исследования // Психол. журн. 1993. Т. 14. № 4. С. 4–15.
2. Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психол. журн. 2001. Т. 22. № 3. С. 26–36.
3. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Ценности культуры и развитие общества. М.: ГУ – ВШЭ, 2007.
4. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Методика исследования отношения личности к инновациям: Альманах современной науки и образования. Тамбов, 2009.

5. *Советова О.С.* Социальная психология инноваций. СПб: Изд-во СПбГУ, 2000.
6. Culture and subjective well-being / Eds. E. Diener, E. Suh. L., 2000.
7. *Dollinger S.J., Burke Ph.A., Gump N.W.* Creativity and Values // Creativity Research Journ., 2007.
8. *Hofstede G.* Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations (2nd ed.). Beverly Hills: Sage, 2001.
9. *Eagly A.H., Beall A.E., Sternberg R.J.* The psychology of gender. N.Y.: Guilford Press, 2004.
10. *Inglehart R., Baker W.E.* Modernization, cultural change and the persistence of traditional values // American Sociological Review. 2000. V. 65. P. 19–51.
11. *Lubart T.I.* Creativity across cultures // Handbook of creativity / Ed. R.J. Sternberg. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. P. 339–350.
12. *Raina M.K.* Cross-cultural differences // Encyclopedia of creativity / Eds. M.A. Runco, R. Pritzker. San Diego, C.A.: Academic Press, 1999. V. 1. P. 453–464.
13. *Schwartz S.H., Bilsky W.* Toward a universal psychological structure of human values // Journ. of Personality and Social Psychology. 1987. V. 53. P. 550–562.
14. *Schwartz S.H., Bilsky W.* Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications // Journ. of Personality and Social Psychology. 1990. V. 58. P. 878–891.
15. *Schwartz S.H.* Les valeurs de base de la personne: Théorie, mesures et applications [Basic human values: Theory, measurement, and applications] // Revue française de sociologie. 2006. V. 42. P. 249–288.
16. *Schwartz S.H., Bardi A.* Value hierarchies across cultures: Taking a similarities perspective // Journ. of Cross-Cultural Psychology. 2001. V. 32. P. 268–290.
17. *Schwartz S.H., Rubel T.* Sex differences in value priorities: Cross-cultural and multi-method studies // Journ. of Personality and Social Psychology. 2005. V. 89. P. 1010–1028.
18. *Shane S.* Why do some societies invent more than others? // Journ. of Business Venturing. 1992. № 7. P. 29–46.
19. *Shane S., Venkataraman S., Mac-Millan I.* Cultural differences in Innovation Strategies // Journ. of Management. 1995. V. 21. № 5. P. 931–952.
20. *Triandis H.C.* Culture and Social Behavior. N.Y.: McGraw-Hill, Inc., 1994

VALUES AND ATTITUDES TO INNOVATIONS: INTERCULTURAL DIFFERENCES

N.M. Lebedeva

Sc.D. (psychology), professor, State University – Higher School Of Economics, Moscow

The results of study of interrelations between values and attitudes to innovations of Canadian and Russian students (Russians and representatives of Northern Caucasia), $n = 426$ per. are presented. Correlation between individuals' values and their attitudes to innovations are determined. Significant intercultural and intergender differences in value priorities and attitudes to innovations are revealed. By means of multiple regression analysis it has been revealed that values of Openness to changes (Independence, Stimulation) and Universalism facilitate positive attitudes to innovations while values of Power and Tradition – hamper. Correlations of values and attitudes to innovations have universal character as well as culture-specific.

Key words: culture, values, attitudes, innovations, cross-cultural psychology, inter-gender differences.