

ВЛИЯНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЛИЧНОСТИ НА УЧАСТИЕ В ИННОВАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Статья посвящена актуальной проблеме инновационного потенциала современного российского общества. Дано понятие «инновация», описаны специфические особенности российского общества в контексте инновационного развития. С помощью линейного регрессионного анализа был раскрыт характер связи ценностных ориентаций респондента и участия его в инновационной деятельности. Представлены выводы о влиянии ценностей на инновационную активность.

Ключевые слова: инновация, инновационный потенциал, ценностные ориентации, российское общество.

В настоящее время, российское общество находится в состоянии затяжного перехода к качественно новой экономической и социальной реальности. Наряду с базовыми и традиционными социальными проблемами, острым углом встаёт вопрос низкого уровня инновационного развития. Современный мир вышел на прямой путь к постиндустриальному обществу, которое характеризуется инновационной реорганизацией различных сфер жизнедеятельности.

Исследователи, изучая инновационную активность населения России, оперируют целым комплексом независимых факторов, гипотетически имеющих влияние на инновационное поведение. Одним из этих факторов является социально-психологический комплекс черт личности, в который входят ценностные ориентации. Данная категория имеет субъективный характер и не может репрезентативно распространяться на все общество, поэтому следует говорить о тенденциях и общих моментах в данном явлении. Следовательно, задаемся вопросом: существует ли взаимосвязь приверженности определенным ценностным ориентациям и готовности к участию в инновационном процессе?

Располагая понятием «инновация», мы вкладываем в него, целенаправленное введение в употребление, отличительно нового или значительно улучшенного, при этом относительно стабильного, продукта, процесса, либо услуги. При этом область внедрения не ограничена экономическими рамками. Отличительным свойством инновации является направленность на обеспечение роста эффективности внедренного новшества, и как следствие, оно становится востребовано рынком.

Начиная с 2005 года, Россия ставит перед собой цель повышения инновационного потенциала страны. В первую очередь, это один из элементов стратегии успешного выхода на мировой рынок и повышения конкурентоспособности [4, С. 1]. Анализируя публичную статистику по данной проблеме, мы можем отметить, что, по данным Федеральной службы государственной статистики на 2014 год, сопоставление совокупного уровня инновационной активности российских организаций, относительно других стран, даёт весьма безутешный результат. Несмотря на высокую интенсивность затрат на технологические инновации, Россия, среди остальных стран, имеет самый низкий удельный вес инновационной активности, который составляет 9,9%, что в сравнении с самым высоким показателем 75,2% (Израиль) выглядит, очевидно, малым [1, С. 300-316].

Говоря о столь неутешительных результатах, мы невольно задаемся вопросом: что же служит барьером инновационной активности в России? На наш взгляд, одной из основных причин, препятствующих развитию инновационной активности населения России, становится социокультурный барьер. Спротивление разворачиванию инновационной деятельности и нежелание менять привычный уклад бытности, кроется в менталитете русского человека. То есть, с социокультурной точки зрения, инновационной активности россиянина препятствует приверженность традиционного сложившегося уклада общества, а

также его социальных институтов, установившейся экономической и политической системы, моделей отношений между людьми. За всем этим стоят базовые культурные ценности – мощный смыслообразующий и мотивирующий конструкт [3, С. 40].

Внедряя определённые новшества в окружающую среду, стоит учитывать культурный фактор, по той простой причине, что культура реализуется, прежде всего, через ценности, определяющие взаимоотношения в социуме. Таким образом, в контексте социокультурного барьера мы выделяем ценностные ориентации личности, которые в своё время обуславливают цели и мотивацию поведения личности.

В связи с этим, была выдвинута общая гипотеза: «готовность к прямому участию в инновационной деятельности зависит от ценностных ориентаций личности». Частные гипотезы о характере связи: отрицательное влияние на инновационную активность оказывает приверженность ценностей конформизма и поддержания традиций; положительное влияние имеют ценностные ориентации новаторства, творчества и оригинальности в подходах к изменению реальности.

Путем вторичного анализа эмпирических данных исследования «Инновационный потенциал жителей Пермского края», проведенного Пермским Центром Социального Партнерства и Социологических Исследований при ПГНИУ в 2014 году, было проведено практическое исследование гипотезы. Объем выборки 1000 респондентов из Перми и городов Пермского края.

Измерение ценностей личности, в данном исследовании, происходило путем использования методики Ш. Шварца, а именно ценностного блока, адаптированного Европейским Социальным Исследованием. С помощью эмпирических возможностей многомерного факторного анализа, на данной выборке было произведено объединение совокупности единичных переменных в факторы по некоторым, объединяющим латентным признакам. Таким образом, на данной выборке, произошло выявление 5-ти компонент, объясняющих 51% дисперсии. Объединенные факторы были названы: «доброта и традиции», «власть и достижения, «конформизм и безопасность», «гедонизм и самостоятельность», «творчество и активная жизнь».

Готовность к прямому участию в инновационной деятельности, в данном исследовании, скрыта в вопросе: «Участвовали ли вы в последние 12 месяцев в создании новой фирмы/продукта/технологии/услуги?». При помощи линейного регрессионного анализа, было выявлено статистически значимое влияние ценностей «творчества и активной жизни», «конформизма и безопасности» на готовность к участию в инновационной деятельности. Объясняющая способность регрессионной модели равна 3,8%, что нами считается достаточным для построения следующих выводов.

На инновационное поведение респондента данной выборки положительно влияет разделение ценностей творчества, активной жизни, готовности к риску. То есть, следуя регрессионной модели: при повышении индекса ценности «творчества, активной жизни» на единицу, инновационная активность респондента повышается на 0,03 единиц. При этом, статистически значимая связь инновационного поведения с ценностями равенства, конформизма и безопасности имеет отрицательный характер. То есть, при увеличении индекса ценности «конформизм и безопасность» на единицу, инновационное поведение респондента понижается на 0,1 единицу.

Инновационная деятельность, в некоторой степени, неотделима от творчества, так как оно обеспечивает генерацию новых идей, результатом реализации которых и становятся инновации. Человек, который ищет оригинальные подходы к сотворению нового, которому важно попробовать в жизни много разного и который не боится рисковать, склонен к инновационной активности. Отрицательное влияние ценностей «конформизм и безопасность» на участие в инновациях, объясняется тем, что люди с данными ценностями стремятся быть в мире с каждым, следуют общественно значимым нормам и не ориентированы на разного рода риск. [2, С. 69]

Таким образом, в последние десятилетия, несмотря на объем затрат для поднятия инновационного потенциала страны, Россия имеет достаточно низкий удельный вес инновационной активности. Причиной, препятствующей развитию инновационной активности населения, являются, в том числе, ценностные ориентации людей. Путём вторичного анализа исследования, проведенного Пермским Центром Социального Партнерства и Социологических Исследований при ПГНИУ, выдвинутая гипотеза, о зависимости инновационной деятельности от ценностных ориентаций личности, частично подтвердилась. Ценности «творчества и активной жизни» положительно влияют на участие в инновациях. Ориентация на «конформизм» не сходится с готовностью к участию в инновационной деятельности. Как показывают многие исследования, сложившийся менталитет российского населения, следование традициям, понятиям о равенстве, ориентациям на коллективизм, затрудняют инновационное развитие российского общества. Необходимо проводить политику, направленную на рост инновационной активности предпринимателей, развивать деятельность на государственном уровне, обращать особое внимание на развитие науки, для того, чтобы оставаться ключевым звеном в развитии мирового сообщества.

Список литературы

1. Городникова Н.В., Гохберг Л.М., Дитковский К.А. и др. Индикаторы инновационной деятельности: 2016: статистический сборник / «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – 320 с. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.hse.ru>, свободный. (Дата обращения 03.11.2016 г.).
2. Жабина В. Творчество и инновационная деятельность. Власть. 2012. С. 69-71. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.hse.ru>, свободный. (Дата обращения 03.11.2016 г.).
3. Лебедева Н.М. Россия и Китай: опыт сопоставления. Общественные науки и современность 2010, №3, С. 37-49 / «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – [Электронный ресурс], PDF. Режим доступа: http://national-mentalities.ru/files/lebedeva_vliyanie_cennostej_na_otnoshenie_k_innovacijam_v_rossii_i_kitae.pdf, свободный. (Дата обращения 03.11.2016 г.).
4. Яроцкая Е.В., Криворучко Е.П. Проблемы и специфика коммерциализации инноваций в России на современном этапе развития // Вестник ТГПУ. 2013. №4 (132). [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. (Дата обращения: 03.11.2016 г.).

A.A. Bobrova, A.V. Kralichev, T.V. Meteleva

INFLUENCE OF THE VALUE ORIENTATIONS OF PERSONALITY FOR PARTICIPATION IN THE INNOVATION PROCESS OF RUSSIAN SOCIETY

The article is devoted to an acute problem of innovative potential of modern Russian society. The meaning of "innovation" is defined, the peculiarities of Russian society in the context of innovative development are described. The character of the connection of value orientations of the respondent and his participation in innovative activity was discovered with the help of a linear regressive analysis. The conclusions of values influence on innovative activity are made.

Key word: innovation, innovative potential, value orientation, the Russian society.