

Н.М. Лебедева

Национальный
исследовательский
университет «Высшая
школа экономики»

ИМПЛИЦИТНЫЕ ТЕОРИИ КРЕАТИВНОСТИ И ИННОВАЦИЙ: МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ¹

Экономический рост, процветание любой страны в современную эпоху зависят не столько от благоприятного географического положения и наличия природных ресурсов, сколько от концентрации и степени развития интеллектуального потенциала [Инновационное развитие..., 2008]. В кросс-культурной психологии и смежных науках существует ряд исследований, указывающих на то, что ценности культуры в значительной степени влияют не только на экономическое развитие, но и на изобретательность и инновационные диспозиции личности [Harrison, Huntington, 2000; Inglehart, Baker, 2000; Shane, 1992]. Результаты исследований в США [Shane, 1992] показали, что индивидуалистические и «горизонтальные» общества более изобретательны и склонны к инновациям, а более креативные студенты имеют иную систему ценностей, чем их менее креативные однокурсники [Dollinger, Burke, Gump, 2007]. В течение многих лет на Западе психологи и просто обыватели приписывали креативность личностным, а не социальным или культурным факторам.

Более 30 лет такой индивидуалистический западный подход к анализу креативности мешал исследователям изучать социальную природу креативных процессов. Социальная психология креативности возникла не ранее конца 80-х — начала 90-х годов XX в. [Amabile, 1990]. Многочисленные исследования в китайской и корейской культурах [Chan, Chan, 1999; Rudowicz, Yue, 2000 и др.], культурах исламских стран и Турции [Khaleefa et al., 1997] показали, что не существует универсального понятия креативности.

Для более глубокого понимания креативности ее необходимо изучать в контексте взаимодействия индивидуальных и социокультурных перемен-

¹ Исследование проведено при поддержке Научного фонда ГУ ВШЭ (проект № 10-01-0088).

ных креативности. Теории или концепты этого понятия могут определяться как эксплицитные (внешние, явные) и имплицитные (внутренние, неявные). Эксплицитные теории креативности — это конструкции психологов или других специалистов в сфере социальных наук, основанные на теоретических гипотезах, которые могут быть проверены эмпирически [Sternberg, 1985]. Имплицитные теории происходят из индивидуальных систем верований, коренящихся в сознании представителей той или иной культуры, их не изобретают, а выявляют. Люди используют свои имплицитные теории для формирования стандартов оценки своего и чужого поведения, они также могут служить основой для систем образования и формирования навыков. В кросс-культурных исследованиях имплицитных теорий креативности на Западе (США, Европа) и Востоке (Китай, Япония, Корея) были выявлены явные несовпадения: на Западе непременными атрибутами креативности и инноваций выступают *изобретательность, новизна, оригинальность, ориентация на самовыражение*, в то время как на Востоке любая инновация понимается как *интерпретация существующей традиции*.

В 2008–2009 гг. мною было проведено эмпирическое исследование на студенческих выборках в России, Канаде и Китае, в ходе которого выявлены межкультурные и гендерные различия в ценностных приоритетах студентов трех стран [Лебедева, 2008, 2009]. Результаты корреляционного и множественного регрессионного анализов взаимосвязей ценностей и инновативных установок позволили подтвердить гипотезу о том, что ценности открытости изменениям способствуют позитивным установкам по отношению к инновациям, а ценности сохранения — препятствуют. Эти результаты согласуются с данными зарубежных исследований [Dollinger et al., 2007] и свидетельствуют о близком к универсальности характере этой взаимосвязи.

В настоящее время 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 [Лебедева, 2008, 2009; Kharkurin, Motalleebi, 2008].

Инновационность может рассматриваться как способность человека воспринимать, выделять, дорабатывать и внедрять новые и оригинальные идеи. По мнению некоторых авторов, она предполагает способность черпать идеи извне системы и привносить их внутрь ее, а также умение эффективно представлять эти идеи [Grewal et al., 2000]. Для более глубокого понимания природы инновационности в России необходимо выявить имплицитные теории инноваций и инновационности в разных культурах полизначного российского социума.

Эмпирическое исследование имплицитных теорий инновационности

Цель исследования: выявить имплицитные теории инновационности в разных этнокультурных контекстах российского общества, провести их кросс-культурное сопоставление, а также изучить их взаимосвязь с индивидуальными ценностями и отношением к инновациям.

Методика исследования

Участники исследования: студенты вузов и учителя средних школ, представители трех этнокультурных групп: русские (Москва, Новокузнецк), народы Северного Кавказа (ингуши, чеченцы — Южный федеральный округ), тувинцы (Республика Тыва). Общий объем выборки — 804 человека.

Методы исследования: социально-психологический опрос с применением следующих методов исследования.

1. Методика культурных ценностных ориентаций Ш. Шварца (SVS57), переведенная на русский язык и адаптированная в России [Лебедева, 2001].
2. «Шкала самооценки инновативных качеств личности» [Лебедева, Тартко, 2009].
3. Модифицированная методика ACL (Adjective Check List) [Runco et al., 1993] для измерения качеств, необходимых инноваторам.

Обработка количественных данных проводилась с помощью статистического пакета SPSS. Применялись: t-критерий Стьюдента для независимых выборок, сайз-эффект (d Cohen); факторный и множественный регрессионный анализы.

Результаты исследования

1. Межкультурные различия имплицитных теорий инновационности, ценностей и отношения к инновациям

Среди качеств, необходимых новатору, наблюдаются как сходства, так и значимые различия между русскими, народами Северного Кавказа и тувинцами. В частности, сходства между ними в приоритетных качествах инноватора проявляются в том, что во всех трех группах встречаются *интеллект, логика, изобретательность, уверенность в себе, активность*. Значимые различия в качествах инноватора между группами представлены в табл. 1–3.

Таблица 1. Значимые различия в качествах инноватора между русскими и представителями народов Северного Кавказа

Качества инноватора	Русские		Народы Кавказа		D Cohen
	Mean	SD	Mean	SD	
Любознательность	6,21***	1,17	5,57***	1,56	,46
Амбициозность	4,92***	1,76	4,39***	1,85	
Оптимизм	5,37**	1,55	5,73***	1,35	
Умение воодушевлять	5,07***	1,70	5,54***	1,44	
Ясное мышление	5,72**	1,31	6,08**	1,13	
Лидерские качества	4,78*	1,72	5,16*	1,61	
Почитание авторитетов	3,32**	1,76	3,75**	1,90	
Независимость	5,16*	1,63	5,45*	1,67	
Конформизм	3,51***	1,80	4,21***	1,84	-,41
Индивидуализм	5,04*	1,70	5,34*	1,55	
Честность	4,88***	1,75	5,70***	1,54	-,45
Доверие людям	4,21***	1,72	4,77***	1,82	
Чувство юмора	4,47*	1,85	4,85*	1,77	
Послушание	2,74***	1,61	3,89***	1,95	-,61
Артистизм	4,36*	1,82	4,67*	1,81	

* p < 0,05.

** p < 0,01.

*** p < 0,001.

Русские считают такие качества, как *любознательность* и *амбициозность*, более важными для инноватора, чем представители народов Кавказа, а последние значимо предпочитают *оптимизм*, *умение воодушевлять*, *ясное мышление*, *лидерские качества*, *почитание авторитетов*, *независимость*, *конформизм*, *индивидуализм*, *честность*, *доверие людям*, *чувство юмора*, *послушание*, *артистизм*.

При этом показатели сайз-эффекта (d Cohen) свидетельствуют о том, что устойчивыми (т.е. не зависящими от размера выборки) стоит считать различия в значимости качества *послушание* для инноваторов (выше у представителей народов Кавказа), приближаются к порогу значимости различия в качествах *любознательность* (выше у русских), *честность* и *конформизм* (выше у кавказцев). Нетрудно заметить, что основные различия касаются индивидуальных (выше у русских) и социальных (выше у народов Кавказа) качеств личности инноватора: при сопоставлении русские больший приоритет отдают индивидуальным, а кавказцы — социальным качествам инноватора.

Таблица 2. Значимые различия в качествах инноватора между русскими и тувинцами

Качества инноватора	Русские		Тувинцы		D Cohen
	Mean	SD	Mean	SD	
Любознательность	6,21**	1,17	5,89**	1,35	
Амбициозность	4,92***	1,76	4,39***	1,65	
Смелость	5,63*	1,35	5,89*	1,24	
Уверенность в себе	6,06*	1,22	6,31*	1,09	
Энтузиазм	5,62***	1,46	5,11***	1,61	
Открытость новому	5,92**	1,33	5,46**	1,81	
Интеллект	6,29*	1,0	6,04*	1,26	
Интуиция	5,58***	1,41	4,99***	1,81	,35
Воображение	5,87**	1,33	5,49**	1,55	
Склонность к риску	4,92***	1,65	4,30***	1,83	,34
Изобретательность	5,95**	1,40	5,61**	1,45	
Почитание авторитетов	3,32***	1,76	3,82***	1,69	
Конформизм	3,51*	1,80	3,82*	1,57	
Индивидуализм	5,04*	1,70	4,67*	1,74	
Настойчивость	5,85**	1,23	5,52**	1,30	
Честность	4,88***	1,75	5,74***	1,53	,47
Доверие людям	4,21***	1,72	4,78***	1,79	
Чувство юмора	4,47**	1,85	4,87**	1,65	
Послушание	2,74***	1,61	4,02***	1,96	,69
Артистизм, эстетический вкус	4,36**	1,82	4,88**	1,74	

* p < 0,05.

** p < 0,01.

*** p < 0,001.

По сравнению с тувинцами русские в большей мере предпочитают такие качества инноваторов, как *любознательность, амбициозность, энтузиазм, открытость новому, интеллект, интуиция, воображение, склонность к риску, изобретательность, индивидуализм, настойчивость*. Тувинцы, в свою очередь, отдают предпочтение *смелости, уверенности в себе, почитанию авторитетов, конформизму, честности, доверию людям, чувству юмора, послушанию, артистизму*.

Нетрудно заметить, что русские больше ценят индивидуальные качества инноваторов, а тувинцы — социальные. Это подтверждают и высокие показатели сайз-эффекта для качеств *честность и послушание*.

Таблица 3.

Значимые различия в качествах инноватора между представителями народов Северного Кавказа и тувинцами

Качества инноватора	Народы Северного Кавказа		Тувинцы		D Cohen
	Mean	SD	Mean	SD	
Любознательность	5,57*	1,56	5,89*	1,35	
Энтузиазм	5,45*	1,34	5,11*	1,61	
Умение воодушевлять	5,54*	1,44	5,17*	1,57	
Интуиция	5,53***	1,35	4,99***	1,81	,33
Склонность к риску	4,98***	1,58	4,30***	1,83	,35
Ясное мышление	6,08**	1,13	5,72**	1,43	
Лидерские качества	5,16*	1,61	4,78*	1,70	
Независимость	5,45**	1,67	4,94**	1,77	
Конформизм	4,21*	1,84	3,82*	1,57	
Индивидуализм	5,34***	1,55	4,67***	1,74	,33
Дерзость	4,05*	1,99	3,58*	1,99	

* p < 0,05.

** p < 0,01.

*** p < 0,001.

Согласно данным табл. 3, представители народов Северного Кавказа выше ценят энтузиазм, умение воодушевлять, интуицию, склонность к риску, ясное мышление, лидерские качества, независимость, конформизм, индивидуализм и дерзость, а тувинцы — любознательность. Расчет сайз-эффекта показал, что различия не достигают положенного порога ($d=.50$), чтобы считаться устойчивыми и не зависящими от размера выборки. Далее мы провели сравнение ценностей и отношения к инновациям во всех трех группах респондентов (табл. 4–6).

Таблица 4.

Межгрупповые различия в ценностях
(русские — народы Северного Кавказа)

	Русские		Народы Северного Кавказа		D Cohen
	M	SD	M	SD	
Ценности					
Сохранение	3,94**	,57	4,42**	,46	-,85
Открытость изменениям	3,78**	,83	3,35**	,85	,48
Самопреодоление	4,14*	,48	4,24*	,46	
Самоутверждение	3,49**	,71	3,26**	,71	

* p < 0,05.

** p < 0,001.

Мы видим значимые различия в ценностях между русскими и представителями народов Кавказа: ценности сохранения (безопасность, конформность, традиция) значимо выше у представителей народов Кавказа, и эти различия неслучайны, как подтверждает размер сайд-эффекта. Приближается к этому порогу и различие в ценности открытости изменениям.

Таблица 5. Межгрупповые различия в ценностях (русские — тувинцы)

Ценности	Русские		Тувинцы		D Cohen
	M	SD	M	SD	
Сохранение	3,94**	,57	4,13**	,39	-.39
Открытость изменениям	3,78**	,83	3,55**	,63	.36
Самопреодоление	4,14	,48	4,19	,53	
Самоутверждение	3,49*	,71	3,65*	,61	

* p < 0,01.

** p < 0,001.

Тувинцы больше предпочитают ценности сохранения и самоутверждения, русские — ценности открытости изменениям.

Таблица 6. Различия в ценностях и отношении к инновациям (народы Кавказа — тувинцы)

Ценности	Народы Северного Кавказа		Тувинцы		D Cohen
	M	SD	M	SD	
Сохранение	4,42**	,46	4,13**	,39	.66
Открытость изменениям	3,35*	,85	3,55*	,63	
Самопреодоление	4,24	,46	4,19	,53	
Самоутверждение	3,26**	,71	3,65*	,61	

* p < 0,01.

** p < 0,001.

При сравнении ценностей представителей народов Северного Кавказа и тувинцев обнаружились значимые и неслучайные различия в ценностях сохранения (выше у народов Кавказа).

Сравнение отношения к инновациям по шкале «Самооценка инновативных качеств личности» не выявило значимых различий между группами.

2. Факторный анализ имплицитных теорий инноваций

Для более глубокого понимания природы имплицитных теорий инноваций мы провели факторный анализ 30 качеств инноватора методом главных компонент с помощью вращения корреляционной матрицы по типу «варимакс» с заданием двухфакторного решения. В результате получили два фактора, объясняющих 49,5% дисперсии. Первый фактор «**Индивидуальные теории инновационности**» (вес 3,15; дисперсия — 28,7%) включает следующие качества с соответствующими нагрузками: *энтузиазм (.74), изобретательность (.70), склонность к риску (.67), воображение (.66), высокая мотивация (.65), оптимизм (.63), открытость новому (.61)*. Во второй фактор «**Социальные теории инновационности**» (вес 2.30; дисперсия — 20,86%) вошли такие черты, как: *доверие людям (.79), честность (.76), послушание (.73), почитание авторитетов (.66)*. Далее мы провели межгрупповое сравнение средних значений переменных, вошедших в данные факторы (табл. 7—9).

Таблица 7. Значимые различия в имплицитных теориях инновационности между русскими и представителями народов Северного Кавказа

Имплицитные теории инновационности	Русские		Народы Северного Кавказа		D Kohen
	Mean	SD	Mean	SD	
Индивидуальные	5,34	1,03	5,27	1,02	
Социальные	3,78*	1,31	4,53*	1,28	—,53

* p < 0,001.

Согласно данным табл. 7, значимые различия наблюдаются в социальных теориях инновационности (они сильнее выражены у респондентов с Северного Кавказа).

Таблица 8. Значимые различия в имплицитных теориях инновационности между русскими и тувинцами

Имплицитные теории инновационности	Русские		Тувинцы		D Kohen
	Mean	SD	Mean	SD	
Индивидуальные	5,34*	1,03	4,95*	1,13	,36
Социальные	3,78*	1,31	4,59*	1.21	—,59

* p < 0,001.

В соответствии с табл. 8 значимые различия наблюдаются как в индивидуальных (более значимы для русских), так и в социальных теориях инновационности (более значимы для тувинцев).

Таблица 9. Значимые различия в имплицитных теориях инновационности между представителями народов Северного Кавказа и тувинцами

Имплицитные теории инновационности	Народы Северного Кавказа		Тувинцы		D Kohen
	Mean	SD	Mean	SD	
Индивидуальные	5,27*	1,02	4,95*	1,13	,29
Социальные	4,53	1,28	4,59	1,21	

* p < 0,01.

Исходя из данных табл. 9, значимые различия наблюдаются в индивидуальных теориях инновационности (более значимы для представителей народов Кавказа, чем для тувинцев).

3. Взаимосвязи имплицитных теорий инновационности, ценностей и отношения к инновациям

Далее с помощью множественного регрессионного анализа мы выявили взаимосвязи имплицитных теорий инновационности с установками по отношению к инновациям и ценностям респондентов всей выборки (табл. 10–11).

Таблица 10 Взаимосвязь имплицитных теорий инновационности и отношения к инновациям (вся выборка)

	Индивидуальные теории инновативности	Социальные теории инновативности	R2
Креативность	,20**		0,04
Риск ради успеха	,06	,07*	0,01
Ориентация на будущее	,28**	,08*	0,07
Индекс инновативности	,21**		0,04

* p < 0,05.

** p < 0,001.

Индивидуальные теории инновационности позитивно связаны с такими шкалами, как *креативность, ориентация на будущее и индекс инновативности личности*. Социальные теории инновационности взаимосвязаны с *рисковом ради успеха и ориентацией на будущее*.

Таблица 11. Взаимосвязь ценностей и имплицитных теорий инновационности (вся выборка)

	Сохранение β	Открытость изменениям β	Самопреодоление β	Самоутверждение β	R2
Индивидуальные теории инновационности	−,13**	,09*		−,13**	0,03
Социальные теории инновационности	,48***	,22***	,35***	,34***	0,11

* $p < 0,05$.

** $p < 0,01$.

*** $p < 0,001$.

Ценности-оппозиции, по Шварцу, взаимосвязаны как с индивидуальными, так и с социальными теориями инновационности. Ценности сохранения и самоутверждения негативно связаны с индивидуальными и позитивно — с социальными теориями инновационности, ценности открытости изменениям позитивно связаны с индивидуальными и социальными теориями инновационности, а ценности самопреодоления позитивно связаны только с социальными теориями инновационности.

Выводы

1. Выявлены межкультурные различия в имплицитных теориях инновационности: у русских более выражены индивидуальные теории инновационности, у респондентов с Северного Кавказа и из Тувы более выражены социальные теории инновационности.

2. Индивидуальные теории инновативности позитивно связаны с такими показателями отношения к инновациям, как *креативность, ориентация на будущее и индекс инновативности* личности. Социальные теории инновационности взаимосвязаны с *риском ради успеха и ориентацией на будущее*.

3. Ценности сохранения и самоутверждения негативно связаны с индивидуальными и позитивно — с социальными теориями инновационности, ценности открытости изменениям позитивно связаны с индивидуальными и социальными теориями инновационности, а ценности самопреодоления позитивно связаны только с социальными теориями инновационности.

Результаты данного исследования показывают, что имплицитные теории инновационности отличаются в разных культурах. У представителей более традиционных культур (народы Северного Кавказа и тувинцы) в большей

степени выражены социальные теории инновационности, т.е., по их мнению, инноватор должен обладать социально ориентированными качествами личности (доверие людям, честность, послушание, почитание авторитетов). У представителей модернизированных культур (русские) данные теории менее выражены. Это важно понимать при планировании внедрения инноваций в разных регионах России.

Литература

Инновационное развитие — основа модернизации экономики России: Национальный доклад. М.: ИМЭМО РАН; ГУ ВШЭ, 2008.

Лебедева Н.М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 3. С. 26–36.

Лебедева Н.М. Ценности культуры, экономические установки и отношение к инновациям в России // Психология. 2008. Т. 5. № 2. С. 68.

Лебедева Н.М. Ценности и отношение к инновациям: межкультурные различия // Психологический журнал. 2009. № 6. С. 81–92.

Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Методика исследования отношения личности к инновациям // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2009. № 4 (23). Педагогика, психология, социология и методика их преподавания. В 2-х ч. Ч. 2. С. 89–96.

Amabile T.M. Creativity in Context. Boulder, CO: Westview, 1996.

Chan D.W., Chan L. Implicit Theories of Creativity: Teachers' perceptions of Student Characteristics in Hong Kong // Creativity Research Journal. 1999. Vol. 12 (3). P. 185–195.

Grewal R., Mehta R., Kardes F.R. The Role of the Social-Identity Function of Attitudes in Consumer Innovativeness and Opinion Leadership// Journal of Economic Psychology. Vol. 21. Iss. 3. June 2000. P. 233–252.

Dollinger S.J., Burke Ph.A., Gump N.W. Creativity and Values // Creativity Research Journal. 2007. Vol. 19. No. 2–3. P. 91–103.

Harrison L.E., Huntington S.P. (eds). Culture Matters: How Values Shape Human Progress. New York: Basic Books, 2000.

Inglehart R., Baker W.E. Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values // American Sociological Review. 2000. Vol. 65. P. 19–51.

Khaleefa O.H., Erdos G., Ashria I.H. Traditional Education and Creativity in an Afro-Arab Culture: The Case of Sudan, 1997// Journal of Creative Behavior. 1997. Vol. 31(3). P. 201–211.

Kharkhurin A., Motalleebi S.N.S. The Impact of the Creative Potential of American, Russian and Iranian College Students// Creativity Research Journal. 2008. Vol. 20(4). P. 404–411.

Rudowicz E., Yue X. Concepts of Creativity: Similarities and Differences Among Mainland, Hong Kong and Taiwanese Chinese // Journal of Creative Behavior. 2000. No. 25. P. 311–319.

Runco M.A., Jonson D.J., Bear P.K. Parents' and Teachers'implicit Theories of Children's Creativity // Child Study Journal. 1993. Vol. 23. P. 91–113.

Shane S. Why do Some Societies Invent More than Others? // Journal of Business Venturing. 1992. No. 7. P. 29–46.

Sternberg R.J. (ed.) The Nature of Creativity. Cambridge University Press, 1988.