

Влияние ценностей на инновационные установки и поведение различных возрастных групп (на примере жителей г. Перми)

Научный руководитель – Маркова Юлия Сергеевна

Илатовская Елизавета Алексеевна

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Философско-социологический факультет, Кафедра социологии и политологии, Пермь,
Россия

E-mail: Ilatovskaya.Elizaveta1@gmail.com

Актуальность изучения влияния ценностей на инновационные установки и поведение обусловлена тем, что в современных условиях основной тенденцией общественного развития и повышения общественного благосостояния являются инновации. Качество продвижения инноваций во многом зависит от человека, его инновационных установок и инновационного поведения, что может быть объяснено индивидуальными ценностями, как одним из основных источников формирования отношения человека к какому-либо явлению и, как следствие, его поведения.

Цель исследования - изучить обусловленность ценностями инновационных установок и поведения у представителей разных возрастных групп.

С использованием метода онлайн анкетирования было проведено исследование, в выборку которого были включены жители г. Перми трех возрастных групп: 18-29, 30-44, 45-59 лет. Объем выборки составил 100 человек. В исследовании использовались методика «Профиль личности» Ш. Шварца [1], методика исследования отношения личности к инновациям А.Н. Татарко и Н.М. Лебедевой [3] и методика Н.И. Лапина и Л.А. Беляевой [2].

По результатам исследования структуры индивидуальных ценностей («Профиль личности» методики Шварца) были выявлены различия в разных возрастных группах. Для молодежи наиболее значимы оказались ценности власти, доброты и универсализма, наименее значимы ценности стимуляции, традиции и конформности. Для представителей возрастной группы 30-44 года самыми важными являются ценности самостоятельности, власти и достижения. Наименее важными - ценности безопасности, традиции и конформности. А для людей 45-59 лет свойственны в наибольшей степени ценности безопасности, доброты и универсализма, а в наименьшей степени - ценности власти, стимуляции и гедонизма.

Изучение инновационных установок личности (методика исследования отношения личности к инновациям Лебедевой и Татарко) показало, что такие показатели инновативности личности как креативность, риск ради успеха, ориентация на будущее и общий индекс инновативности ниже всего у населения г. Перми в возрасте 45-59 лет. Если рассматривать каждый показатель по отдельности, то можно отметить, что креативность наиболее выражена у людей в возрасте 30-44 лет, а риск ради успеха, ориентация на будущее и общий индекс инновативности выше всего у молодежи (18-29 лет). Обращая внимание на то, что было выявлено отсутствие значимых различий между средними значениями показателей инновативности данных возрастных групп, мы можем сделать вывод о том, что люди 18-44 лет обладают более позитивными инновационными установками и качествами, чем люди 45-59 лет.

Затем с помощью методики Н.И. Лапина и Л.А. Беляевой [2] было изучено инновационное поведение. Так, единственной возрастной группой, где доля участвовавших в создании новшеств респондентов больше, чем не участвовавших, оказалась группа 30-44 лет. В

остальных возрастных группах ситуация обратная. Среди респондентов 18-29 лет, которые принимали участие в создании новшеств, большинство участвовали в создании новых услуг наравне с другими людьми. Люди 30-44 лет чаще всего участвуют в создании новых продуктов в качестве рядовых исполнителей и в создании новых услуг в роли организаторов. Представители возрастной группы 45-59 чаще всего участвуют в создании новых продуктов наравне с другими людьми.

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что наиболее активное инновационное поведение характерно для респондентов 30-44 лет. Чаще всего пермяки участвуют в создании новых услуг и новых продуктов, а реже всего - новых технологий и фирм. Наиболее частая роль участия - рядовой исполнитель.

Далее были проанализированы взаимосвязь и влияние ценностей на инновационные установки. Исходя из этого мы сделали вывод, что взаимосвязь ценностей и инновационных установок существует и имеет как универсальный характер: ценности самостоятельности, стимуляции, гедонизма, достижения и власти положительно влияют на инновационные установки личности, так и специфический (связанный с возрастными особенностями респондентов): в каждой возрастной группе позитивно и негативно связаны с инновационными установками различные ценности. Так, инновативность личности положительно связана со способностью самостоятельно принимать решения, наличием собственной точки зрения, стремлением к новизне, исследовательской активностью, стремлением к личностному успеху и наслаждением жизнью, а также с достижением высокого социального статуса и доминантности. Это может быть связано с личностными характеристиками креативного человека или инноватора, который должен обладать такими качествами, как: социальная адаптация, коммуникабельность, готовность к сотрудничеству, активность, склонность к непостоянству, независимость, тяга к риску, склонность к эксперименту. А возрастная группа 30-44 года является наиболее инновативной, так как для нее наиболее важны ценности, с которыми позитивно коррелируют инновационные установки, и наименее значимы те, которые отрицательно коррелируют с установками.

Анализ взаимосвязи и влияния ценностей на инновационное поведение показал, что инновационное поведение пермяков зависит от их индивидуальных ценностей. Ценности конформности, традиции, доброты, универсализма и безопасности отрицательно влияют на инновационное поведение, а ценности самостоятельности, стимуляции, гедонизма, достижения и власти - положительно. Наиболее сильно эта зависимость проявляется у людей 30-44 лет.

Результаты исследования подтверждают обусловленность ценностями инновационных установок и поведения у представителей разных возрастных групп и раскрывают особенности данной обусловленности.

Источники и литература

- 1) Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство // Санкт-Петербург: Речь. 2004. 70 с.
- 2) Лапин Н.И., Беляева Л.А. Программа и типовой инструментарий «Социокультурный портрет региона России» (Модификация - 2010). М., МФРАН, 2010.
- 3) Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Методика исследования отношения личности к инновациям // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2009. №4. Ч.2. С. 89-96.