



NATIONAL RESEARCH UNIVERSITY
HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS

Nadezhda Lebedeva, Peter Schmidt

VALUES AND ATTITUDES TOWARDS INNOVATION AMONG CANADIAN, CHINESE AND RUSSIAN STUDENTS

BASIC RESEARCH PROGRAM

WORKING PAPERS

SERIES: SOCIOLOGY
WP BRP 04/SOC/2012

This Working Paper is an output of a research project implemented as part of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE). Any opinions or claims contained in this Working Paper do not necessarily reflect the views of HSE.

A KANADAI, KÍNAI ÉS OROSZ DIÁKOK INNOVÁCIÓVAL KAPCSOLATOS ÉRTÉKEI ÉS ATTITÚDJEI³

Ez a tanulmány az alapvető személyes értékek és az innovációval kapcsolatos attitűdök kapcsolatát vizsgálta oroszországi, kanadai és kínai diákok körében. A résztvevők kitöltötték egy kérdőívet, amely tartalmazta az SVS értékmérőjét (Schwartz, 1992) és az innovációval kapcsolatos attitűdök új mérőszámát (Lebedeva, Tatarko, 2009). A kanadai, orosz és kínai egyetemisták között jelentős kulturális és nemi különbségek mutatkoztak az értékprioritások és az innovatív attitűdök tekintetében. A hipotéziseknek megfelelően a résztvevők teljes csoportjában, ha az Opennek magasabb prioritást adtak az értékek megváltoztatására (önirányítás, ösztönzés), az összefüggött az innovációval szembeni pozitív attitűdökkel, míg a konzerváló értékek (konformitás, biztonság) magasabb prioritása negatívan kapcsolódott az innovációval szembeni attitűdökhöz. Ez az eredmény összhangban van más kutatók által közölt eredményekkel (Shane, 1992, 1995; Dollinger, Burke & Gump, 2007). Néhány ilyen összefüggés esetében azonban kultúra-specifikus eltérések mutatkoztak, amelyek az értékprioritások vagy -jelentések, valamint a kreativitás és az innováció implicit elméleteinek kulturális különbségeivel magyarázhatók. A több csoportot, több mutatót, több okot tartalmazó modell (MGMIMIC) (Muthen 1989) alkalmazásával azt találtuk, hogy a szociodemográfiai tényezők és az innováció közötti közvetítés típusa a három országban eltérő. Míg Oroszországban és Kanadában a nem és az életkor hatásait teljes mértékben közvetítik az értékek, addig Kínára ez nem igaz, ahol a nemnek az innovációra gyakorolt közvetlen hatását találtuk. Végül az értékek kulturális különbségei, az innováció implicit elméletei és ezek következményei az innovációhoz való hozzáállásra és a személyes jólétre gyakorolt hatásukkal foglalkoznak.

JEL-besorolás: JEL-osztályozás: A13.

Kulcsszavak: kultúra, értékek, innováció, nem, nem, életkor, attitűdök, interkulturális összehasonlítás, többcsoportos MIMIC-modell.

¹ Nemzeti Kutatási Egyetem Közgazdasági Felsőoktatási Intézete (Moszkva, Oroszország). Nemzetközi szociokulturális kutatási laboratórium. A vezető; E-mail: nlebedeva@hse.ru

² Nemzeti Kutatási Egyetem Közgazdasági Felsőoktatási Intézete (Moszkva, Oroszország). Nemzetközi Szociokulturális Kutatási Laboratórium, társvezető; Giesseni Egyetem, Németország; E-mail: peter.schmidt@sowi.uni-giessen.de.

³ Az ezekhez az eredményekhez vezető kutatást a HSE Alapkutatási Program és az Európai Közösség Hetedik Keretprogramja támogatta a 266864 számú támogatási megállapodás keretében (SEARCH projekt).

Bevezetés

A kortárs társadalomtudományok kultúrákon átívelő tanulmányai számos társadalmi kérdésre és azok kulturális változékonyságára világítottak rá. A kutatók kimutatták, hogy a kultúra nemcsak egy ország gazdasági fejlődésében játszik jelentős szerepet, hanem polgárai egészségi állapotában, várható élettartamában, jóllétérzetében és boldogságában is. A kultúrához kötődő további és nagyon fontos dimenzió a kíváncsiság és az új ötletekkel szembeni tolerancia szintje (Harrison & Huntington, 2000, Inglehart & Baker, 2000; Diener, 1996; Shane, 1992, 1995; Dollinger, Burke, 1995; Diener, 1996; Shane, 1992, 1995; Dollinger, Burke, 1995; Dollinger, Burke, 1995). & Gump, 2006, Kharkhurin, Motallebi, 2008).

Az ilyen kultúrák közötti kutatások egyik kevés figyelmet kapott aspektusa a különböző nemzeti és etnikai háttérrel rendelkező emberek egyéni értékei és az innovációhoz és a találmányokhoz való hozzáállás közötti kapcsolatokra vonatkozik (Leung, Morris, 2011). Ezek az összefüggések képezik e tanulmány tárgyát. Konkrétabban a kérdést vizsgáljuk: Az értékprioritások egyetemes vagy kultúráspecifikus előrejelzőként szolgálhatnak-e az innovációk javára vagy sem? Ezek a kérdések nem üresjáratok vagy elvontak: az egyre összetettebb és változó üzleti környezetben a kreativitás és az innovációk kritikus tényezőt jelentenek a szervezetek, sőt egész nemzetek sikere szempontjából. A posztindusztriális korszakban az országok társadalmi és gazdasági fejlődése nagymértékben függ a tudás fejlesztésének képességétől, ami új megközelítéseket és megoldásokat igényel.

Emellett azt is vizsgáljuk, hogy a nem és az életkor innovációhoz való viszonyulásra gyakorolt hatásait teljes mértékben közvetítik-e az egyéni értékek. Mindkét demográfiai változót számos tanulmányban az innováció közvetlen előrejelzőjeként használják anélkül, hogy tesztelnék a személyes értékeken keresztül történő lehetséges közvetítést (Rogers 1995). Annak ellenére, hogy a kreativitás és az innováció egyre inkább vizsgált téma (Zhou & Shalley, 2003), egyetértünk Leunggal és Morrisszal (2011) abban, hogy a nyugati kultúrákon kívül vagy kultúrák közötti összehasonlító kutatásokban csak korlátozottan vizsgálják.

Ebben a tanulmányban az értékek és az innovációval kapcsolatos attitűdök összefüggéseit vizsgáljuk három diákcsoportban, amelyek közül kettő nem nyugati kultúrából (Kína és Oroszország) származik. A kultúra hatását (Leung és van der Vijver, 2008) megpróbáljuk "kibontani" az implicit kultúra-specifikus normák hatására is, a nemnek az innovációval kapcsolatos attitűdökre gyakorolt közvetlen hatásának vizsgálatán keresztül.

Ennek során először az értékek és az innovációk közötti kapcsolat elméleti hátterével és a vizsgálat helyszínével foglalkozunk. Ezután ismertetjük a mintákat, a mérőeszközöket és a leíró empirikus eredményeket, mint például az átlagok, a szórás és a korrelációk. A három országra vonatkozó állítások tesztelését egy több - csoportos több mutató több okból álló modellel

(MGMIMIC) végezzük, amely lehetővé teszi a szimultán

a három ország összes paraméterének vizsgálata (Muthen 1989). Végül összefoglaljuk az eredményeket, és megvitatjuk a tanulmány erősségeit és gyengeségeit.

Elméleti háttér

Az innováció jelentősége és a tanulmány beállítása

Az elmúlt években a világ tanúja volt annak, hogy az innováció és annak különböző összetevői milyen erővel forradalmasítják az üzleti és gazdasági életet. A tudásalapú gazdaság fejlődésével a világ azt is látja, hogy az innováció hogyan teszi képessé az egyént, a közösségeket és az országokat, mély hatást gyakorolva az üzleti életre, a politikára és a társadalomra. Ugyanilyen nyilvánvaló, hogy az innováció egyre nagyobb szerepet játszik a gazdasági növekedés felgyorsításában és a fejlődés előmozdításában (Rogers/Larsen 1984).

Ezért a jelenlegi globális gazdasági helyzetben a politikai döntéshozók és az üzleti vezetők minden eddiginél jobban felismerik, hogy olyan környezetet kell teremteni, amely támogatja az innovációk elfogadását, ellenőrzi azok lehetséges mellékhatásait, és a társadalom minden szektorában elterjeszti előnyeiket.

Az innovációs készség fontossága, különösen nemzeti szinten, kiemelt helyet kapott a közpolitikai napirenden, mivel felismerték, hogy a megfelelő szakpolitikák, inputok és a kedvező környezet segíthetnek az országoknak kiteljesíteni nemzeti potenciáljukat, és jobb életminőséget biztosíthatnak polgáraik számára.

Az INSEAD Globális Innovációs Index⁴ 2009/10-es jelentése szerint (lásd az 1. táblázatot) az amerikai kontinens olyan hagyományos innovátoroknak ad otthont, mint az USA (11. hely) és Kanada (12. hely), ami nem meglepő.

1. táblázat: Innovációs mutatók

Ország	Rangsor	Globális index (faktorpontszámok)	Innovációs kapacitás index (ICI)
Kanada	11	1,56023	74,8
Kína	41	-0,01059	49,5
Oroszország	55	-0,32739	52,8

⁴ Az INSEAD globális innovációs indexe (GII_INSEAD) 7 alindexet tartalmaz: A GINADI az alábbi indexeket foglalja magában: Intézmények és politika; Személyzeti potenciál; Infrastruktúra (általános és informatikai); A piacok versenyképessége; A vállalatok versenyképessége; Kreatív eredmények; Tudományos kutatások eredményei. Az adott alindexek 94 változót tartalmaznak.

Kína feltörekvő gazdasága 15th pozíciót foglal el az ázsiai övezetben. A kínai gazdaság a világ harmadik legnagyobb gazdasága és az egyik leggyorsabban növekvő gazdaság. Bár a kínai gazdaság az elmúlt évtizedekben a piacok megnyitásával jó ütemben bővült, a jövedelmi egyenlőtlenségek még mindig nagyon magasak. Az egyik probléma, amellyel Kína gazdasága továbbra is szembesül, az agyelszívás, amelynek során a magasan képzett lakosság jelentős része más jövedelmező célországokba vándorol. Az innováció ezért bizonyos mértékig az országon kívülre összpontosul, bár az utóbbi időben ez a tendencia lassan megfordul.

Oroszország az évtizedek során számos tudóst és feltalálót termelt ki. Hagyományosan az űrtechnológia és űrkutatás, a nukleáris technológia, a repülőgépgyártás és a fegyveripar az orosz gazdaság kulcsfontosságú kompetenciái közé tartozik. Az 1990-es évek válsága, amely az összes posztsovjet országot sújtotta, a K+F-et is érintette, mivel csökkentette a tudományra és technológiára fordított állami kiadásokat. Ez azt is eredményezte, hogy számos orosz tudós és kutató elhagyta hazáját, hogy jobb kutatási célpontokat keressen. Az orosz tudósok és feltalálók nagyrészt csak orosz szabadalmakra jelentkeznek, elkerülve a külföldi szabadalmi bejegyzést, ami az angol nyelvtudás alacsony szintjével is magyarázható.

Azth INSEAD 2009/10-es Globális Innovációs Index 2009/10-es jelentése szerint Oroszország az 55. helyet foglalja el a világ innovációs tevékenységének rangsorában, olyan országok között, mint Costa Rica (54. helyth), Szaúd-Arábia (53. hely), Kazahsztán (56. helyth). Kína a 41. helyen áll, megelőzve Oroszországot. Davidov orosz szociológus véleménye szerint Kína innovatív fejlődésének rendszerszemléletű megközelítésétől függ (Davidov, 2010).

Az 1. táblázatból kitűnik, hogy Oroszország innovációs kapacitásindexe valamivel magasabb, míg a globális innovációs index rangsora alacsonyabb. Ez azt mutatja, hogy Oroszországban az innovációs potenciált nem használják ki kellőképpen.

Sokféle magyarázat létezik arra, hogy egyes országok miért találékonyabbak és innovatívabbak, mint mások. A gazdasággal kapcsolatos magyarázatok például az állami és kormányzati támogatásból eredő találmányokat és innovációkat, az utánzást, a kereslet szintjét, a kutatás intenzitását, a termék életciklusának szakaszait és sok más okot tekintik (lásd a Shane, 1992-ben található áttekintést).

E tényezők mellett a kulturális különbségek befolyásolják a kíváncsiság és a tolerancia szintjét az új ötletekkel szemben (Wallace, 1970). A kultúrák különböznek az üzletalapításhoz való hozzáállásukban (Shapiro és Sokol, 1982); a tudományos Nobel-díjasok *egy főre jutó száma* országonként eltérő; továbbá az individualizmus szintje és a hatalmi távolság hiánya összefügg az innovációval és a találmányokkal a szervezetek szintjén (Shane, 1992).

Shane kimutatta, hogy a különböző nemzetek közötti értékek közötti különbségek hogyan befolyásolják az innováció és a találmányok szintjét szervezeti szinten, így egyes társadalmak összehasonlíthatatlanul jobban

találékonyabbak, mint mások. Shane szerint a kultúra két aspektusa, a társadalmi hierarchia szintje és az individualizmus erősen befolyásolja a találékonyságot. Ebben a tanulmányban 33 ország állampolgárainak 1967 és 1980 között kiadott találmányi szabadalmak egy főre jutó számát vizsgálták, és összehasonlították a hatalmi távolság (társadalmi hierarchia) és az individualizmus értékének indexével, amelyet Geert Hofstede 88 000 IBM-alkalmazott körében végzett felméréséből állított össze az 1960-as évek végén és az 1970-es évek elején. Az eredmények azt mutatták, hogy az individualista és nem hierarchikus társadalmak találékonyabbak, mint más társadalmak (Shane, 1992). Kharkhurin és Motalleebi (2009) egy másik interkulturális tanulmánya bizonyítékokat mutat be a szociokulturális környezetnek a kreatív potenciálra gyakorolt hatásáról. A tanulmányból kiderült, hogy az irániakhoz képest az amerikaiak és az oroszok jobb képességekkel rendelkeznek egy probléma különböző nézőpontokból történő mérlegelésére és eredeti megoldások generálására. A nyugati és a keleti országok képviselőinek eredetiséget mérő teljesítménykülönbségei a kreativitás hagyományos meghatározásának, mint a gondolkodás eredetiségét hangsúlyozó konstrukciónak a lehetséges felülvizsgálatára hívják fel a figyelmet. Bár az eredetiség és az innováció a nyugati gondolkodásban a kreatív viselkedés velejáró tulajdonságai, keleten ez alacsonyabb értéket képviselhet.

A kreativitás és az újdonság különböző koncepcióit, amelyek a kreativitás és az innováció implicit elméleteiben gyökereznek, más kutatók is hangsúlyozták (Amabile, 1996; Khaleefa *et al.*, 1996, 1997; Kuo, 1996; Abou-Hatab, 1997; Cheng, 1999; Oner, 2000; Baldwin, 2001, Rudowicz, Yue, 2000; Rudowicz, 2003; Leung, Morris, 2011). Az emberek kreativitással és innovációval kapcsolatos implicit elméleteiről szóló tanulmányok különbséget mutattak ki a nyugati (USA és Európa) és a keleti (Kína, Japán, Korea) kultúrák nézetei között. Például a nyugati implicit elméletek az innovációt a leleményességen, az újdonságon, az eredetiségen és az önkifejezésre való irányultságon alapulónak tekintik. Ezzel szemben keleten az implicit elméletek az innovációt a meglévő hagyományok és cselekvések értelmezéseként értelmezik [Lubart, 1999]. Ezek a különbségek hatással lehetnek a társadalmak személyközi megítélésére, az oktatási rendszerek típusaira, a készségfejlesztésre stb. Az innováció implicit elméleteinek e különbségei tükrözhetik a különböző kultúrákban uralkodó alapértékek különbségeit.

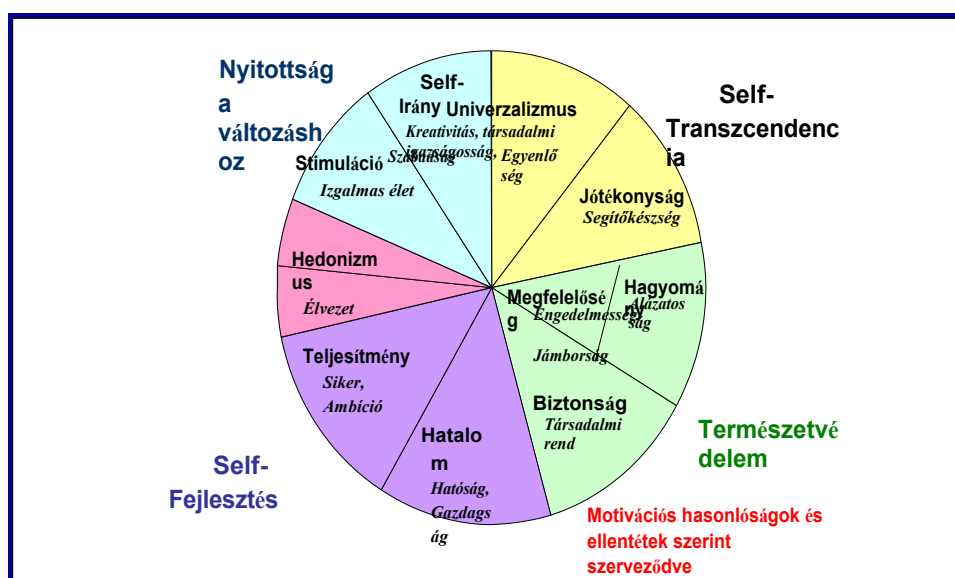
Az 1990-es évek eleje óta az értékekkel kapcsolatos kutatások nagy része Schwartz (1992) elméleti és módszertani megközelítésén alapul, amely Rokeach munkásságán alapul. Az egyének értékeit a motivációs célok vagy személyes elvek szempontjából értékelik, amelyek szerint az egyén él (Schwartz, 1992). Schwartz elmélete szerint az alapvető emberi értékek a biológiai szükségletek, a társas interakciós szükségletek és a csoport jóléti szükségleteinek kognitív reprezentációi (1992, 1994; Schwartz & Sagiv, 1995). Ő és munkatársai tíz emberi értéktípust posztuláltak és találtak a kultúrákban (lásd az 1. ábrát): *hatalom, teljesítmény, hedonizmus, ösztönzés, önirányítás, univerzalizmus, jóindulat, hagyomány, konformizmus és*

biztonság.

Ez a 10 értéktípus tovább csoportosítható két kétpólusú dimenzióba (amelyek négy magasabb rendű értéktípusnak felelnek meg), a **változásra való nyitottság** és a **megőrzés**, valamint az **önátadás dimenziójába**.

versus **önérvényesítés** (Schwartz, 1992). Az előbbi az önirányítást és az ösztönzést hangsúlyozó értékekre utal a biztonsággal, a konformizmussal és a hagyományokkal szemben, míg az utóbbi az univerzalizmusra és a jóindulatra utal a hatalommal és a teljesítménnyel szemben. Jelenleg az értékek és a hozzájuk tartozó itemek száma bővül (Schwartz, in press), de ezek az új fejlesztések csak 2012-ben lesznek elérhetőek.

1. ábra. Az értékek szerveződésének modellje (Schwartz, 1992)



Az értékek, az innováció és a kreativitás közötti kapcsolat háttérében álló mechanizmus a következőképpen határozható meg a Kreativitás Kettős Útja Modell (DCPM) segítségével (De Dreu et al. 2008; De Dreu et al. 2011) Az önirányítás és az ösztönzés olyan motivációs erők lehetnek, amelyek nagyobb kognitív rugalmassághoz és nagyobb kognitív kitartáshoz vezetnek. Ezek a tényezők a DCPM-modell szerint nagyobb kreatív folyékonyághoz és eredetiséghez vezetnek. Másrészt a konformitás és a hagyományok magas értékei a rossz hangulaton keresztül alacsonyabb kognitív rugalmassághoz és kisebb kognitív kitartáshoz vezetnek, ami aztán alacsonyabb kreatív folyékonyághoz és eredetiséghez vezet.

Mivel az innovációra való törekvés és annak bevezetése a kreatív viselkedés egyik sajátos formája, feltételezzük, hogy ugyanez a mechanizmus igaz az innovációk bevezetésére is. Az innováció elterjedéséhez azonban további magyarázó változókra van szükség (lásd Rogers 1995). Schwartz (2008) megállapította, hogy a technológiai innovációk átvétele pozitívan korrelál a stimulációval és az önirányítással, negatívan pedig a biztonsággal, a hagyományokkal és a konformitással.

Ahogy De Dreu et al. (2011, 298. o.) állítja, a kreativitást és az innovációt gyakran felváltva használják, de ez nem vesz figyelembe néhány fontos árnyalatot. Ezért kifejezetten a kreativitás és az innováció alábbi két definícióját vezetjük be, amelyeket az alábbi munkák (Amabile, 1996, Runco, 2004, West és Farr, 1990) alapján javasolnak:

D 1 A kreativitás újszerű és megfelelő ötletek, problémamegoldások vagy meglátások létrehozásaként határozható meg.

D 2 Az innováció úgy definiálható, mint az adott szerepkörben, csoportban vagy szervezetben szándékosan bevezetett és alkalmazott, a vonatkozó egységhez képest új ötletek, folyamatok, termékek vagy eljárások, amelyek célja, hogy az egyén, a csoport, a szervezet vagy a szélesebb társadalom számára jelentős előnyökkel járjanak.

Továbbá a folyamatban lévő kutatások szerint a kreativitással és az innovációval kapcsolatos attitűdök fontos mechanizmusok a szervezetek számára az innováció ösztönzésére az összes alkalmazott körében (Basadur, Hausdorf, 1996).

Térjünk ki a demográfiai jellemzők, az életkor és a nemek és az innováció közötti kapcsolatra. Rogers (1995) szerint a nem és az életkor innováció elfogadására gyakorolt hatását illetően nincs meggyőző bizonyíték. Úgy tűnik, hogy a vizsgált konkrét innovációtól és a társadalmi kontextustól függ, hogy a nem és az életkor hogyan befolyásolja az innovációt, illetve befolyásolja-e azt (lásd a lehetséges mögöttes mechanizmusok tárgyalását Kaufmann/Schmidt 1976-ban). Az egyrészt a nem és az életkor, másrészt az értékek közötti kapcsolat a Meuleman et al. (2012) által az Európai Szociális Felmérés adatainak elemzése alapján tett megállapítások szerint a következő: A férfiak magasabbak a Stimuláció és az Önirányítás terén, míg a nemnek nincs szignifikáns hatása a Hagyomány és a Konformitás tekintetében. Az életkor növekedése pozitívan kapcsolódik a konformitáshoz és a hagyományhoz, míg negatívan a stimulációhoz és az önirányításhoz. Ebből arra lehet következtetni, hogy a férfiaknak pozitívabban kell viszonyulniuk az innovációhoz, mint a nőknek, és hogy az életkor növekedésével az innovációhoz való viszonyulás negatívabbá válik, és kevesebb innovatív magatartás mutatkozik.

Jelen tanulmány: Kutatási kérdések és hipotézisek

Tanulmányunk azt vizsgálja, hogy a különböző kultúrákból származó emberek egyéni értékei hogyan kapcsolódnak az innovációhoz való hozzáállásukhoz. Több okból választottuk Kanadát, Oroszországot és Kínát. Először is, Oroszország földrajzi elhelyezkedését és az általa elfoglalt terület nagyságát tekintve hasonlít Kanadához, így e földrajzi dimenzió tekintetében összehasonlítható vele. Másodsor, e hasonlóság ellenére Kanada és Oroszország társadalmi rendszerei nagyon különbözőek, amelyek eltérő történelmi és kulturális előfeltételeken alapulnak. Oroszországnak és Kínának is van némi hasonlósága (a terület nagysága és a múltban kialakult hasonló társadalmi rendszer), és van különbség a történelmi és kulturális háttérükben, valamint a jövőbeli fejlődésük vektoraiban. Ezért különösen érdekes összehasonlítani ezekben a csoportokban az alábbi tényezők hatását értékek az innovációval kapcsolatos attitűdökről három különböző országban

A diákokat választottuk csoportnak, mivel a felnőttekhez képest ők viszonyulnak a legpozitívabban az innovációhoz (Lebedeva, 2008), és gyakran az ipari társadalmak találmányi és innovációs arányának növelését célzó beavatkozások célpontjai. A fiatal generációk szerepe a tudásalapú gazdaság fejlődésében kulcsfontosságúnak tűnik ezekben az országokban és elvileg minden országban. Ezért különösen érdekes összehasonlítani az értékek hatását az innovációval kapcsolatos attitűdökre a három különböző nemzeti diákmintában, Kanadában, Kínában és Oroszországban.

Konkrétabban, központi kutatási kérdéseink a következők:

- 1) A tíz érték közül melyik van hatással az innovációhoz való hozzáállásra, és mennyire erős ez a hatás?
- 2) Az egyének értékei és az innovációkkal kapcsolatos attitűdök közötti összefüggések változatlansága három különböző kulturális csoportban - kanadai, orosz és kínai egyetemi hallgatókban - adott-e, vagyis annak vizsgálata, hogy a három csoportban az innovációkkal kapcsolatos pozitív attitűdöket elősegítő értékek mennyire univerzálisak vagy kulturálisan specifikusak.
- 3) Különbözik-e az értékek és az innovációhoz való hozzáállás szintje a három országban?
- 4) A nem és az életkor hatása az innovációhoz való viszonyulásra teljes mértékben vagy csak részben közvetítik-e az értékek, és ugyanúgy működnek-e a három országban?.

Kutatási hipotézisek:

- A kanadai, orosz és kínai egyetemisták között kulturális különbségek vannak az értékprioritások és az innovációval kapcsolatos attitűdök tekintetében.
- A változásra való nyitottság (önirányítás és ösztönzés) értékei pozitívan, a megőrzés (biztonság, konformitás és hagyomány) értékei pedig negatívan határozzák meg az újításokhoz való hozzáállást.
- Az innovációkhoz való pozitív hozzáállást elősegítő értékek egyetemesekek és kulturálisan specifikusak is.
- Az életkor és a nemek innovációra gyakorolt hatását teljes mértékben az értékek közvetítik.
- Az életkor pozitív hatással van a megőrzési értékekre és negatív hatással a változásra való nyitottság értékekre, míg a nemnek nincs hatása a megőrzésre, de hatással van a változásra való nyitottságra.

Módszer

Résztvevők. Tanulmányunkban a következő mintákat használtuk: Kanadából, az Orosz Föderációból és Kínából származó főiskolai hallgatók. Az adatokat 2009-ben (tavaszi félévben) gyűjtöttük az alább említett három egyetem különböző tanszékeinek hallgatói körében.

A minta 444 főiskolai hallgatót ölelt fel:

- a) Saskatchewan University, Saskatoon, Kanada; kanadaiak (Kanadában született), N=207;
- b) Nemzeti Kutatási Egyetem "Higher School of Economics", Moszkva, Oroszország; orosz nemzetiségűek, N=137;
- c) Harbin Normal University, Harbin, Kína, kínai, N=100) [a minták leírását lásd a 2. táblázatban].

2. táblázat. A minta leírása

Kulturális csoportok	Diákok (Szám/átlagéletkor)	Férfiak (%)	Nő (%)
Oroszok	137 / 20,6 év	39	61
Kínai	100 / 22,5 év	50	50
Kanadaiak	207/ 21,6 év	41	59
Összesen	444	43	57

Intézkedések. A vizsgálat keresztmetszeti felmérés volt, amely angol, orosz és kínai (mandarin) nyelvű önkitöltős kérdőíveket használt.

Kulturális előrejelző változó

1. Schwartz Value Survey (SVS). A Schwartz-féle értékmérés (Schwartz, 1992) egy 56 tételből álló mérőeszköz, amelyet már több mint 60 országban validáltak. A résztvevők 56 érték fontosságát értékelik egy -1-től (*ellentétes az értékeimmel*) +7-ig (*kiemelkedően fontos*) terjedő skálán. Minden értékelem egy kulcsmondatot és egy zárójeles kifejtést tartalmaz. Példaként az önirányítás a "*KREATIVITÁS (egyediség, képzelőerő)*" tételt, az univerzalizmus pedig a "*SZÉP VILÁG (a természet és a művészetek szépsége)*" tételt tartalmazza. Az 56 értékből negyvenötöt a 10 kompozitba csoportosítunk, és számos további elemet számolunk a magasabb rendű dimenziókba. Az SVS-adatok elemzése három szinten végezhető el: (1) az egyes tételek, (2) a 10, kultúrákon átívelő jelentőségű értékkompozit, és (3) a két magasabb rendű dimenzió: az Ön-transzcendencia (univerzalizmus, jóindulat) vs. önérvényesítés (teljesítmény, hatalom); és a változásra való nyitottság (önirányítás, ösztönzés) vs. konzerválás (hagyomány, konformitás, biztonság).

Kimeneti változók

2. A személyiség innovatív tulajdonságainak önértékelése (Lebedeva, Tatarko, 2009) -15 tétel különböző emberek rövid szóbeli portréit tartalmazza. Minden portré a személy céljait, törekvéseit vagy kívánságait írja le, amelyek implicit módon az innovációk fontosságára utalnak, így a személy innovációkhoz való hozzáállásának mérésére tekintjük.

Feltáró faktorelemzéssel 3 skálát kaptunk:

a) *Kreativitás* (6 tétel, például: "Szereti a dolgokat a maga eredeti módján csinálni", $\alpha = 0,80$);

b) *Kockázatvállalás az eredményekért* (4 tétel, például "Kész kockázatot vállalni az eredményekért", $\alpha = 0,69$);

c) *Jövőorientáció* (4 tétel, például: "A jelenlegi veszteségek véleménye szerint nem feltétlenül jelentenek rosszat a jövőre nézve", $\alpha = 0,74$);

A három skála átlaga alkotja az *innovációk elfogadásának integrált indexét* ($\alpha = 0,79$ az oroszok esetében; $0,80$ a kínaiak esetében; $0,76$ a kanadaiak esetében).

A módszert három korábbi tanulmányban validálták ($N=1354$ válaszadó), az elsőt 2007-ben végezték (637 válaszadó): 360 orosz nemzetiségű és 267 észak-kaukázusi, a másik kettőt 2008-ban végezték (416 oroszországi nemzetközi vállalat vezetője és 200 kanadai diák). Mindegyik mintán független feltáró faktorelemzést végeztek. Az eredmények a következők voltak: az etnikai oroszok csoportjában: $KMO = 0,79$, a megmagyarázott szórás % $50,7$; az észak-kaukázusi népek csoportjában: $KMO = 0,87$, a megmagyarázott szórás %-a $53,0$; a nemzetközi vállalatok vezetőinek csoportjában: $KMO = 0,74$, a megmagyarázott szórás %-a $52,6$; a kanadai hallgatók csoportjában $KMO = 0,70$, a megmagyarázott szórás %-a $50,1$.

A skálák kultúrák közötti érvényességére és megbízhatóságára vonatkozó tesztelés eredményei azt mutatták, hogy az adott technika megfelelő megbízhatósággal és magas országok közötti érvényességgel rendelkezik, mivel négy különböző kulturális és nemzeti mintában Oroszországban és Kanadában ugyanazok a tételek nagy gyakorisággal szerepeltek ugyanazokban a faktorokban. A skálák megbízhatósága a Cronbach's α segítségével kielégítő.

Adatelemzési stratégia

Először a fő változók átlagszintű elemzését végeztük el a mintákon belül, független mintákra vonatkozó t-próba segítségével. Ezeket kiegészítették az összefüggések elemzései, korrelációs együtthatók (Spearman-féle rangkorrelációs módszer) és többszörös regresszióelemzés (enter-módszer) segítségével. A mintanagyság hatásainak ellenőrzésére a Cohen-féle d együtthatót [Cohen, 1988] használtuk. A hatásméret kifejezés utalhat a hatás standardizált mértékére (mint például a [Cohen d](#)), vagy egy nem standardizált mértékre. A Cohen-féle d -t úgy határozzuk meg, hogy két átlag közötti különbség osztva a szórással...

$$d = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{s},$$

A Cohen d -t gyakran használják a mintanagyságok becslésénél. Az alacsonyabb Cohen d nagyobb mintaméret szükségességét jelzi, és fordítva, ahogyan azt később a következőkkel együtt meg lehet határozni

a kívánt szignifikancia szint és a statisztikai erő további paraméterei [Kenny, 1987] .

A Cohen d-érték használata lehetővé teszi a minta teljesítményének problémájának megoldását. Ez az együttható lehetővé teszi annak eldöntését, hogy a minta nagy méretének köszönhetően szignifikáns különbségek keletkeznek-e vagy sem. Ha a Cohen d együtthatója nagyobb, mint 0,7, akkor arra következtethetünk, hogy a hatásméret valóban létezik. Tehát, ha növeljük a minták méretét, akkor biztosan szignifikáns különbségeket kapunk közöttük.

Az eredmények kiszámításához az SPSS (11.0 verzió) programot használták, és a hiányzó értékek figyelembe vételének páros módszerét választották, mivel az értékeknek csak 2 %-a hiányzott az egyesített mintában.

A vizsgálat eredményei

1. A minták közötti átlagos különbségek

Először is megvizsgáljuk az orosz és kanadai diákok közötti értékkülönbségeket (lásd a 3. táblázatot.

3. táblázat. Kulturális értékkülönbségek az orosz és kanadai diákok között

Csoportok	Oroszok		Kanadaiak		Hatásméret d Cohen
	Átlag	SD	Átlag	SD	
Biztonság	4.04***	0.77	3.66***	0.67	0.48
Megfelelőség	3.83	0.79	3.93	0.71	
Hagyomány	2.75*	0.92	2.99*	0.91	
Jótekonyság	4.42**	0.70	4.66**	0.70	0.30
Univerzalizmus	3.52***	0.77	3.95***	0.75	0.51
Önirányítás	4.70***	0.76	4.43***	0.64	0.30
Stimuláció	3.70	1.13	3.89	1.03	
Hedonizmus	4.26	1.24	4.23	0.99	
Achievement	4.20**	0.80	4.48**	0.66	0.43
Teljesítmény	3.32***	1.31	2.42***	1.18	0.81
CONSERVATION	3.54	0.51	3.53	0.52	
NYITOTTSÁG A VÁLTOZÁSRA	4.21	0.73	4.16	0.55	
ÖNÁLLÓSÁG	3.97***	0.52	4.30***	0.54	0.61
ÖNFEJLESZTÉS	3.93**	0.73	3.71**	0.67	0.30

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

Amint a 3. táblázatban látható, az orosz diákok gyakrabban preferálják a biztonság, az önirányítás, a hatalom és az önérvényesítés értékeit, mint a kanadaiak, utóbbiak viszont az oroszoknál gyakrabban preferálják az univerzalizmust, a jóindulatot, a hagyományt, a teljesítményt és az önátmenet értékkompozícióját.

Ezután összehasonlítjuk az orosz és a kínai diákok közötti értékkülönbségeket (4. táblázat).

4. táblázat. Kulturális értékkülönbségek az orosz és a kínai diákok között

Croups	Oroszok		Kínai		Hatásméret d Cohen
	M	SD	M	SD	
Értékek					
Biztonság	4.04***	0.77	4.52***	0.73	0.81
Megfelelőség	3.84***	0.79	4.17***	0.63	0.74
Hagyomány	2.75	0.92	2.91	1.00	0.53
Jótekonyság	4.42	0.71	4.56	1.48	
Univerzalizmus	3.52***	0.77	4.05***	0.61	0.89
Önirányítás	4.70***	0.76	4.30***	0.62	0.55
Stimuláció	3.70***	1.13	2.58***	1.14	0.86
Hedonizmus	4.26***	1.24	3.61***	1.26	0.43
Achievement	4.20	0.80	4.07	0.76	
Teljesítmény	3.31***	1.31	2.75***	1.24	0.43
CONSERVATION	3.55***	0.51	3.87***	0.43	0.67
NYITOTTSÁG A VÁLTOZÁSRA	4.21***	0.73	3.44***	0.73	0.43
ÖNÁLLÓSÁG	3.97***	0.52	4.30***	0.86	0.47
ÖNFEJLESZTÉS	3.93***	0.73	3.48***	0.74	0.60

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

A kínai diákok az orosz diákoknál gyakrabban preferálják a **konzerválás** (biztonság, konformitás), valamint az **ön-transzcendencia** (univerzalizmus) értékeit. Az oroszok viszont a kínai diákoknál gyakrabban preferálják a **változásra való nyitottság** (önirányítás, ösztönzés) és az önérvényesítés (hedonizmus, hatalom) értékeit.

Az 5. táblázat a kanadai és a kínai diákok közötti értékkülönbségeket mutatja.

5. táblázat. Kulturális értékkülönbségek a kanadai és a kínai diákok között

Csoportok	Kínai		Kanadaiak		Hatásméret d Cohen
	M	SD		SD	
Értékek					
Biztonság	4.52***	0.73	3.66***	0,67	0.89
Megfelelőség	4.17**	1.03	3.93**	0,71	0.31

Hagyomány	2.90**	1.00	2.99*	0,91	0.20
Jótekonyság	4.56	1.38	4.66	0,70	
Univerzalizmus	4.04	0.61	3.95	0,75	
Önirányítás	4.30	1.08	4.43	0,64	
Stimuláció	2.58***	1.14	3.89***	1,03	0.81
Hedonizmus	3.61***	1.26	4.23***	0,99	0.74
Achievement	4.07***	0.76	4.48***	0,66	0.61
Teljesítmény	2.75*	1.24	2.42*	1,18	0.50
CONSERVATION	3.87***	0.43	3.53***	0,52	0.64
NYITOTTSÁG A VÁLTOZÁSRA	3.44***	0.73	4.16***	0,55	0.99
ÖNÁLLÓSÁG	4.30	0.86	4.30	0,54	
ÖNFEJLESZTÉS	3.48***	0.74	3.71**	0,67	0.31

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

Amint az 5. táblázat mutatja, a kínai diákok a kanadaiaknál gyakrabban preferálják a **konzerválás** (biztonság, konformitás, hagyomány) és a hatalom értékeit. A kanadaiak a **változásra való nyitottság** (ösztönzés) és az **önmegvalósítás** (hedonizmus, teljesítmény) értékeit preferálják gyakrabban, mint a kínai diákok.

Hasonlítsuk össze továbbá az innovációkkal kapcsolatos attitűdök átlagait válaszadóink három csoportja között (6-8. táblázat).

6. táblázat. Kulturális különbségek az oroszok és a kanadaiak innovációkhoz való hozzáállásában

Csoportok	Oroszok		Kanadaiak		Hatásméret d Cohen
	Átlag	SD	Átlag	SD	
Az innovációkhoz való hozzáállás					
Kreativitás	3.81***	0.83	3.48***	0.67	0.43
Kockázatvállalás az eredményekért	3.12	0.83	3.14	0.69	
Jövőorientáció	3.39	0.66	3.47	0.61	
Index of Acceptance of Innovációk	3.44	0.63	3.37	0.52	

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

Jelentős csoportközi különbségeket látunk a kreativitás értékét illetően a kanadaiak és az oroszok esetében.

7. táblázat. Kulturális különbségek az oroszok és a kínaiak innovációkhoz való hozzáállásában

Csoportok	Oroszok		Kínai		Hatásméret
	M	SD	M	SD	d Cohen
Az innovációkhoz való hozzáállás					
Kreativitás	3.81***	0.83	3.23***	0.68	0.74
Kockázatvállalás az eredményekért	3.12*	0.83	2.86*	0.69	0.31
Jövőorientáció	3.39	0.66	3.34	0.57	
Index of Acceptance of Innovációk	3.44***	0.63	3.15***	0.52	0.50

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

Látható, hogy az olyan mutatók, mint a kreativitás, a kockázatvállalás az eredményekért és az innovációk **elfogadásának** integrális indexe az orosz diákok esetében jelentősen magasabbak, mint a kínai diákok esetében.

8. táblázat. Kulturális különbségek a kanadaiak és a kínaiak innovációkhoz való hozzáállásában

Csoportok	Kínai		Kanadaiak		d Cohen
	M	SD	M	SD	
Az innovációkhoz való hozzáállás					
Kreativitás	3.23**	0.68	3.48**	0.67	0.36
Kockázatvállalás az eredményekért	2.86*	0.69	3.14**	0.69	0.36
Jövőorientáció	3.34	0.57	3.47	0.61	
Az innovációk elfogadottságának indexe	3.15**	0.52	3.37**	0.52	0.40

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

A 8. táblázat adataiból kitűnik, hogy az olyan mutatók, mint a kreativitás, a kockázatvállalás az eredményekért és az innovációk **elfogadásának** integrális indexe, szignifikánsan magasabbak a kanadai diákok esetében, mint a kínai diákok esetében.

Most a nemek közötti lehetséges különbségekre szeretnénk utalni. A 9. táblázatban azt találjuk, hogy a nők inkább jóindulatúak és univerzalisták, míg a férfiak inkább öncélúak, hedonisták, hatalom- és ösztönzésorientáltak.

9. táblázat. Nemek közötti különbségek az értékprioritásokban (teljes minta)

Értékek	Férfiak (157)		Nők(254)		Hatásméret
	M	SD	M	SD	
Biztonság	3.92	0.77	3.96	0.75	d Cohen

Megfelelőség	3.96	0.79	4.00	0.75	
Hagyomány	3.11	0.99	2.96	1.11	
Jótekonyság	4.24***	0.72	4.58***	0.78	0.31
Univerzalizmus	3.61**	0.77	3.83**	0.69	0.30
Önirányítás	4.57**	0.83	4.37**	0.72	0.30
Stimuláció	4.03***	1.10	3.55***	1.27	0.57
Hedonizmus	4.00*	1.21	3.76*	1.16	0.40
Achievement	4.25	0.85	4.12	0.79	
Teljesítmény	3.53***	1.09	3.03***	1.17	0.51
CONSERVATION	3.64	.54	3.59	.50	
NYITOTTSÁG A VÁLTOZÁSRA	4.09	75	3.95	76	
ÖNÁLLÓSÁG	4.12*	54	4.25*	69	0.27
ÖNFEJLESZTÉS	3.87*	.71	3.66*	.73	0.30

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

A 10. táblázatban bemutatott eredmények azt mutatják, hogy a férfiak magasabbak a kreativitás, a kockázatvállalás a teljesítmény érdekében és az innovációk **elfogadásának** általános indexe tekintetében.

10. táblázat. Nemek közötti különbségek az innovációkkal kapcsolatos attitűdökben (az összes minta)

Az innovációkhoz való hozzáállás	Férfiak (156)		Nők (250)		Hatásméret d Cohen
	M	SD	M	SD	
Kreativitás	3.65***	0.68	3.37***	0.79	0.30
Kockázatvállalás az eredményekért	3.48***	0.74	3.05***	0.75	0.47
Jövőorientáció	3.42	0.73	3.34	0.75	
Index of Acceptance of Innovations	3.50***	0.31	3.36***	0.38	0.30

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

A csoportok részletesebb, nemek szerinti összehasonlításai azt mutatták, hogy a nemek közötti egyenlőtlenség az innovációkkal kapcsolatos értékekben és attitűdökben a kínai diákok esetében a legmagasabb, az orosz diákok esetében a legalacsonyabb.

Az eddig feltárt kulturális különbségek az értékprioritások különbségeivel függnek össze? Ez képezi a következő szakasz témáját.

2. A kulturális értékek és az innovációkkal kapcsolatos attitűdök közötti kapcsolatok

Az összefüggéseket Spearman-féle rangkorrelációval és többszörös regressziós elemzéssel vizsgáltuk a demográfiai változók, valamint a független változók kölcsönhatásának ellenőrzésével. Az eredményeket a 11-14. táblázatban mutatjuk be.

11. táblázat. Az értékek és az innovációkkal kapcsolatos attitűdök korrelációi az oroszok körében

Értékek	Kreativitás	Kockázatvállalás a Eredmények	Orientáció a jövőre	Elfogadási index innovációk
Biztonság	-,204*	-,120	-,085	-,170
Megfelelőség	-,177*	-,190*	-,081	-,205*
Hagyomány	-,332***	-,260**	-,225**	-,352***
Jótekonyság	-,068	-,061	,146	-,053
Univerzalizmus	-,137	-,113	,037	-,126
Önirányítás	,337***	,175*	,232**	,309***
Stimuláció	,405***	,415***	,169	,408***
Hedonizmus	,130	,043	-,230**	,024
Achievement	,141	,194*	,140	,191*
Teljesítmény	,115	,117	-,188*	,071
CONSERVATION	-,421***	-,344***	-,227**	-,428***
NYITOTTSÁG A VÁLTOZÁSRA	,492***	,406***	,279***	,482***
ÖNÁLLÓSÁG	-,127	-,104	,147	-,112
ÖNFEJLESZTÉS	,179*	,181*	-,171*	,137

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

Az orosz diákok körében az innovációkkal kapcsolatos attitűdök erős pozitív korrelációt mutatnak az önirányítás, az ösztönzés, a teljesítmény és a **változásra való nyitottság** értékkompozitjával, és negatív korrelációt a biztonság, a konformitás, a hagyomány és a **konzerváltság** értékkompozitjával.

12. táblázat. A kanadaiak innovációval kapcsolatos értékek és attitűdök korrelációi

Értékek	Kreativitás	Kockázatvállalás a Eredmények	Orientáció a jövőre	Elfogadási index innovációk
Biztonság	-,104	,006	-,017	-,049
Megfelelőség	-,072	,085	-,023	,000
Hagyomány	-,129	-,105	-,117	-,167*
Jótekonyság	-,102	-,171*	-,124	-,182**
Univerzalizmus	,062	-,016	,009	,030
Önirányítás	,358***	,096	,165*	,268***

Stimuláció	,191**	,234***	,160*	,251***
Hedonizmus	,006	,028	,015	,053
Achievement	,030	,055	,130	,095
Teljesítmény	-,027	,145(*)	,038	,081
CONSERVATION	-,187**	-,027	-,093	-,139*
NYITOTTSÁG A VÁLTOZÁSRA	,340***	,232***	,213**	,344***
ÖNÁLLÓSÁG	,015	-,117	-,066	-,076
ÖNFEJLESZTÉS	-,006	,110	,070	,092

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

A kanadai diákok körében az innovációkkal kapcsolatos attitűdök pozitívan korrelálnak az önrányítás, az ösztönzés és a **változásra való nyitottság** értékkompozitjával, negatívan pedig a hagyomány, a jóindulat és a **megőrzés** értékkompozitjával.

13. táblázat. Az értékek és az innovációkkal kapcsolatos attitűdök korrelációi a kínai diákok körében

Értékek	Kreativitás	Kockázatvállalás a Eredmények	Orientáció a jövőre	Elfogadási index innovációk
Biztonság	-,296**	-,164	-,044	-,229*
Megfelelőség	-,215*	-,072	-,018	-,130
Hagyomány	-,028	-,121	-,075	-,078
Jótekonyság	,041	,099	,104	,097
Univerzalizmus	,038	-,056	,052	,021
Önrányítás	,227*	,194	,036	,182
Stimuláció	,318***	,368***	-,019	,288**
Hedonizmus	-,020	-,153	-,139	-,166
Achievement	-,026	,163	,121	,117
Teljesítmény	-,072	-,114	-,108	-,119
CONSERVATION	-,323***	-,203*	-,085	-,263**
NYITOTTSÁG A VÁLTOZÁSRA	,352***	,373***	,040	,316**
ÖNÁLLÓSÁG	,059	,024	,084	,066
ÖNFEJLESZTÉS	-,060	-,079	-,094	-,108

*** - $p < 0,001$, ** - $p < 0,01$, * - $p < 0,05$

A kínai minta pozitív korrelációt mutatott ki az innovációkkal kapcsolatos attitűdök és az ösztönzés és a **változásra való nyitottság** értékei között, és negatív korrelációt a biztonság, a konformitás és a **megőrzés** értékösszetételével.

A 14. táblázatban az értékkompozitok és az Integrált Innovációs Mutatók közötti összefüggések eredményeit mutatjuk be az egységes mintában és a három mintában külön-külön, többszörös regresszioelemzéssel (lépésenkénti módszerrel).

14. táblázat. Az értékkompozitok és az innovációk elfogadásának integrális mutatóinak összefüggései

Csoportok	Függő változó	Független változók				R^2
		Megőrzés és B	Nyitottság a változásra β	Ön-transzcendenci a β	Önfejlesztés β	
Egységesített	Ind exof A Innovációk		.46***			.23
Oroszok	Ind exof A Innovációk	-.18*	.40***			.33
Kanadaiak	Ind exof Az innovációk elfogadása		.38***			.14
Kínai	Ind exof Az innovációk elfogadása		.43***	.30**		.24

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$;

A többszörös regresszió egyetemes pozitív kapcsolatot mutatott ki a **változásra való nyitottság** értékkompozit és az **innovációk elfogadásának integrált indexe** között az egységes mintában, valamint az orosz, kanadai és kínai diákok független mintájában. A független változók közötti kapcsolatok figyelembevételéhez és a paraméterek országok közötti invariánsságának statisztikai teszteléséhez többszoportos MIMIC-modellt használtunk. Az eredményeket a következő szakaszban mutatjuk be.

Többszoportos MIMIC-modell az innovációhoz való hozzáállás előrejelzésére: A kanadai, kínai és orosz minták összehasonlítása.

Ebben a szakaszban egy olyan többszoportos MIMIC-modell tesztelésének eredményeiről szeretnénk beszámolni, amely az innováció és az értékek további előrejelzőjeként a nemet és az életkort is tartalmazza. E módszer alkalmazásával a következő kutatási célokat szeretnénk elérni (Muthen 1989):

1. Egy ilyen modell lehetővé teszi számunkra, hogy szisztematikusan teszteljük a teljes vs. részleges közvetítést a következők hatásai között

a nem és az életkor az innovációhoz való hozzáállásra az értékeken keresztül. A közvetítés kérdése

hosszú hagyománya van a pszichológiában (MacKinnon/Fairchild 2009) Amint feltételezzük, hogy egy adott modellben vannak beavatkozó változók, ez a probléma felmerül. A mi modellünkben például nem tudjuk biztosan, hogy az életkor és a nem csak a tíz értéken vagy azok egy részhalmazán keresztül befolyásolja-e az innovációval szembeni attitűdöt (teljes mediáció), vagy közvetlen hatásuk is van az innovációval szembeni attitűdre (részleges mediáció). Az utóbbi években egyre gyakrabban használják a strukturális egyenlet megközelítést a teljes vs. részleges mediáció vizsgálatára, amely a klasszikus megközelítésekhez képest egyszerűbb és elegánsabb (MacKinnon/Fairchild 2009) Ezért itt ezt a megközelítést alkalmazzuk.

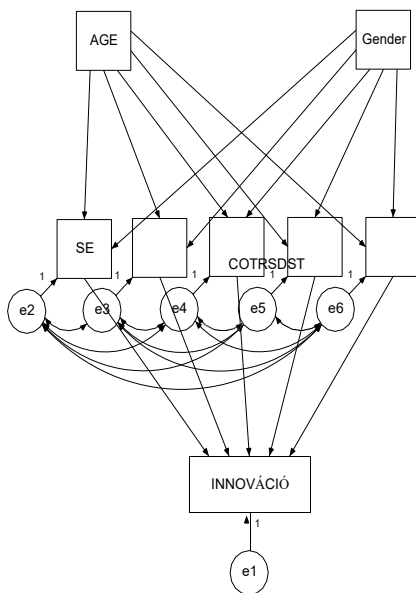
2. A többszoportos eljárás lehetővé teszi annak statisztikai vizsgálatát, hogy a nem, az életkor és az értékek közötti kapcsolat egyrésztől és az innováció másrésztől változatlan-e a három országban, Kanadában, Kínában és Oroszországban. Ez a megközelítés lehetővé teszi a mintákon átívelő korlátozások, például a csoportok közötti együtthatók egyenlőségének tesztelését. A mi esetünkben azt szeretnénk tesztelni, hogy például a nem és az életkor értékekre gyakorolt hatása változatlan-e a három országban. Továbbá tesztelhetjük, hogy a mérőeszközök esetében adott-e a metrikus invariancia, ami azt jelenti, hogy részleges metrikus invariancia esetén konstruktumonként legalább két tételnek a véletlenszerű ingadozások mellett azonos faktorterhelése van (Byrne et al. 1989).
3. Maga a MIMIC-modell lehetővé teszi mind a demográfiai változók mint formatív mutatók (lásd Jones 2006, Woods 2009), mind a látens endogén (függő) változók reflexiós mutatóikra gyakorolt hatásának modellezését. Ezek a formatív mutatók vagy "okozó" változók, mint például az életkor és a nem, befolyásolják az értékeket és az innovációt, mint a reflektív mutatók által mért konstrukciókat.

Modellünk a mimikai modell és a strukturális egyenletmodellezés többszoportos eljárásának kombinációja, amely lehetővé teszi kutatási kérdéseink megfelelő tesztelését. Az általánosított látens változó modell speciális esetének tekinthető (Skrondal/Rabe-Hesketh, 2004).

Mivel az egyes országok mintájának mérete nem volt túl nagy, nem tudtuk tesztelni az SVS faktorterheléseinek invarianciáját a három országban. Az innovációs skálán azonban megerősítő faktorelemzést végeztünk, és 6 tételt töröltünk az alacsony töltések miatt. Az így kapott itemek esetében metrikus invariánszást tudunk megállapítani, ami lehetővé teszi a regressziós együtthatók összehasonlítását a három ország között (Vandenberg/Lance 2000). A teljesen és részben közvetített modellek modellspecifikációit az 1. és 2. ábra tartalmazza.

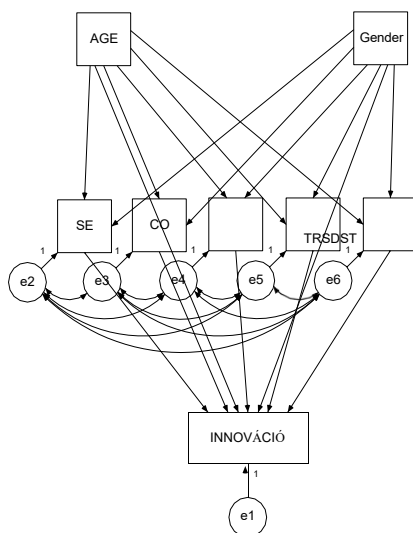
2. ábra. Teljesen közvetített modell

Értékek és innováció: Teljesen közvetített modell



3. ábra. Részlegesen közvetített modell

Értékek és innováció: Részben közvetített modell



A 2. ábrán (teljesen mediált modell) látható, hogy az életkor és a nem nincs közvetlen kapcsolat(út) az innovációval. Az alapvető elméleti elképzelés az, hogy az életkor és a

A nemek csak a Biztonság, a Konformitás, a Hagyomány, az Önirányítás és az Ösztönzés értékeire gyakorolt hatásukon keresztül működnek. Ezért csak a demográfiai változókból vezetnek útvonalak az említett öt értékhez. Ezzel szemben a 3. ábrán látható, hogy e modell szerint az életkor és a nem közvetett hatással van az innovációhoz való viszonyulásra, mint a 2. ábrán látható modellben. Ezen kívül azonban a 3. ábrán azt is láthatjuk, hogy mind a nem, mind az életkor közvetlen és szignifikáns közvetlen hatással van az innovációval szembeni attitűdre, amit az irányított pályák szimbolizálnak. Végül a strukturális egyenletmodellezésen belül a többszörös csoportos technikával azt szeretnénk tesztelni, hogy a 2. és 3. ábrán szereplő modellek és a becsült együtthatók megegyeznek-e egymással. Mivel a teljesen mediált és a részben mediált modell egymásba ágyazott modellek, a köztük való döntés kritériumaként a chi-négyzet különbségtesztet használtuk. Ezenkívül kritériumként a Cheung/Rensvold, 2002 által javasolt .01-es CFI-különbséget alkalmaztuk.

A részben közvetített modell mindkét fent említett illeszkedési kritériumnak megfelel. Ezért most csak erre a modellre vonatkozó becsléseket mutatjuk be. A 14. táblázatban a teljes modellre vonatkozó standardizált regressziós együtthatókat találjuk az AMOS 18 programmal végzett maximális valószínűségű becslés alapján. Látható, hogy minél magasabb az életkor, annál magasabb a Biztonság és a Hagyomány értéke Kanadában és Kínában is, de Oroszországban nem. Azonban csak Kínában van pozitív szignifikáns hatása az életkornak a Konformitás értékére. Az életkor hatása a Stimulációra Kínában pozitív, míg Kínában negatív hatású. Kanadában egyáltalán nincs hatása. A nemnek csak Kanadában van hatása a Stimulációra és a konformitásra, Kínában pedig a biztonságra.

Csak Oroszországban van negatív szignifikáns hatása a hagyományoknak az innovációhoz való viszonyulásra, míg az ösztönzés mindhárom országban jelentős és jelentős hatást gyakorol. Az önmeghatározás az előrejelzéseknek megfelelően pozitív hatást gyakorol az innovációhoz való viszonyulásra. Ez a hatás azonban Kínában 5%-os szinten nem szignifikáns. Az életkornak nincs szignifikáns hatása minden országban, de ez a minta összetételéből adódhat, amely csak kis életkori tartományt és szórást tartalmaz. A nemnek csak Kínában van közvetlen hatása az innovációhoz való viszonyulásra, ami azt jelenti, hogy Kínában a férfiak pozitívabban viszonyulnak az innovációhoz. Ez az egyetlen közvetlen hatása a két demográfiai változónak az innovációhoz való viszonyulásra. Minden más esetben a nem és az életkor hatásait teljes mértékben az értékek közvetítik. Minden együttható legalább 5%-os szinten szignifikáns.

14. táblázat. A MIMIC-modell standardizált együtthatói

	2. modell PM		2. modell PM		2. modell PM
Szabványosított	Kanada		Kína		Oroszország
	Becslés		Becslés		Becslés
SE <--- életkor	0,135		0,214		0,001
CO <--- életkor	0,084		0,28		-0,112
TR <--- életkor	0,182		0,208		-0,017
SD <--- életkor	0,046		0,147		-0,136
ST <--- életkor	0,111		0,211		-0,281
ST <--- szex	-0,15		-0,063		-0,131
SD <--- szex	-0,126		0,057		0,007
TR <--- szex	-0,034		0,026		0,002
CO <--- szex	-0,134		0,076		0,099
SE <--- szex	-0,121		0,286		0,074
INNOVN <--- SE	-0,115		-0,026		-0,029
INNOVN <--- CO	0,168		-0,15		-0,003
INNOVN <--- TR	-0,095		-0,101		-0,238
INNOVN <--- SD	0,309		0,22		0,336
INNOVN <--- ST	0,307		0,276		0,415
INNOVN <--- életkor	0,078		-0,037		0,102
INNOVN <--- szex	-0,053		-0,262		-0,096

Az eredmények megvitatása

Kutatásunk kulturális különbségeket tárt fel az értékek és az innovációs attitűdök terén a három kulturális csoport válaszadói között. Az értékprioritások és az innovációs attitűdök kulturális különbségei összeegyeztethetőek egymással, és a tradicionalizmus- versus modernizmus kontinuum különbségeit tükrözik: a kínai kultúra inkább a tradicionalizmus pólusához áll közelebb (a **megőrzés és az önátadás** értékei a csoport túlélési és harmóniára irányuló érdekeit támogatják), míg az oroszok és a kanadaiak kulturális mintái inkább a modernizmus felé hajlanak (a **változásra való nyitottság és az önfejlesztés** értékei az egyéni önfejlesztésre irányuló érdekeket támogatják). Az innovációkhoz való hozzáállás

a kanadaiak és az oroszok körében sokkal markánsabb, mint a kínaiaknál. Ebből az következik, hogy minél modernizáltabb egy kultúra, annál innovatívabbak a tagjai.

E felvetés mellett azt is meg kell magyarázni, hogy a kínaiak innovációkkal kapcsolatos attitűdjei miért kevésbé hangsúlyosak a kanadaiakhoz és az oroszokhoz képest kínai szempontból (lásd Leung és Morris, 2011). A kínai diákok körében az innovatív attitűdök alacsony szintje és az önirányítás értékeivel való kapcsolatának hiánya azzal magyarázható, hogy az innovációra való törekvés a hagyományosabb kultúrákban aligha számít magas értéknek, és emiatt az egyén innovatív viselkedése nem biztosíthatja az élet teljességének érzését. Ez a magyarázat összeegyeztethető Lubart felvetésével, miszerint az újszerűség eleme nem biztos, hogy jól alkalmazható a nem nyugati kultúrákban (1999). A kreativitás nyugati felfogása elsősorban az újításokra vonatkozik, míg a kreativitás keleti felfogása dinamikusabb, és inkább a hagyományok újrafelhasználását és újraértelmezését foglalja magában, mint a hagyományokkal való szakítást (Raina, 1999; Paletz, Peng, 2008). Yao, Yang, Dong és Wang (sajtóban) azzal érveltek, hogy a kínaiak a kollektivisták konformitási nyomás és a nagy hatalmi távolságból fakadóan a felettesektől való utasításfogadási kényszer miatt nem hajlandóak kreatív ötleteiket kifejezni. A Kínában végzett kutatások azt mutatják, hogy a kreatív ötletek és az innovatív viselkedés közötti pozitív kapcsolatot a *zhong yong* (a mértékletesség preferálása és a szélsőséges álláspontok elkerülése) és a féltékenység moderálta. Konkrétan a magas *zhong yong* és a féltékenység inkább elnyomja a kreatív ötletek kifejezését (Leung, Morris, 2011).

Leung, Chen, Zhou és Lim (2009) két kínai kulturális konstruktm, az *arc* és a *renqing* hatását vizsgálta az innovatív viselkedésre. Az *arc* a pozitív ön- és közmegejtésre való törekvésekre utal, a *renqing pedig* a másokkal való együttérzésre és a szívességek felajánlására való hajlamra. A pozitív *arccal* rendelkező emberek valószínűleg felajánlják és elfogadják a *renqinget*, és ezt a két konstrukciót gyakran a kínai kapcsolati orientáció két kapcsolódó aspektusának tekintik (Cheung et al., 1996). Ezek az eredmények magyarázatot adhatnak arra, hogy a kínai diákok (különösen a nők) számára az önátadási értékek nagyobb jelentőséggel bírnak, és valószínűleg pozitív hatással vannak a kínai diákok innovációval kapcsolatos attitűdjeire.

A nemek közötti értékkülönbségekre vonatkozó eredmények megerősítik a legtöbb más tanulmányt (Schwartz, Rubel, 2005; Meuleman et al. 2012), amelyek szerint a nők inkább jóindulatúak és univerzalisztikusabbak, míg a férfiak inkább öncélúak, hedonisták, hatalom- és ösztönzésorientáltak. Az evolúciós perspektíva és a társadalmi szerepek elmélete szerint a férfiak az önirányítás és az ösztönzés értékeit jobban preferálják, mint a nők, ami a férfiak nagyobb versenyképességének és a nemek foglalkozási világban való eltérő elhelyezkedésének köszönhető. Ez olyan viselkedésekben tükröződik, mint az önállóság, függetlenség, kockázatos viselkedés és innováció (Schwartz, Rubel, 2005). A többscsoportos MIMIC-modell eredményei megerősítették ezt a tényt, bizonyítva a nem közvetlen hatását Kínában a nemek

az innovációhoz való hozzáállás, ami azt jelenti, hogy Kínában a férfiak pozitívabban viszonyulnak az innovációhoz. Feltételezhetjük, hogy a kultúra a nemekkel kapcsolatos kulturális normák révén befolyásolja az innovációhoz való hozzáállást, amelyek nem ösztönzik a nők újdonságra és eredetiségre való törekvését, támogatják a *zhong yong* és a félnkség kulturális normáit, és nem veszik figyelembe az egyéni értékek szintjét. Ez egy példa a csomagolás nélküli kultúra társadalmi viselkedésre gyakorolt hatására.

Milyen mértékben függ az innovációkkal kapcsolatos attitűdök az értékprioritásoktól? Kutatásunk kimutatta, hogy a **változásra való nyitottság** értékei (önirányítás, ösztönzés) és az innovációkkal kapcsolatos attitűdök között szoros pozitív kapcsolat van. Ez a megállapítás elég jól egyezik a mások által kapott eredményekkel (Shane, 1992, 1995; Dollinger, Burke & Gump, 2006).

A javasolt magyarázatokat további kutatások során kell tesztelni és ellenőrizni.

Mindenesetre az a tény, hogy az értékek és az innovációval kapcsolatos attitűdök között kulturálisan specifikus összefüggések vannak, rávilágít arra, hogy figyelembe kell vennünk egy kultúra sajátosságait, amikor innovatív mintákat vezetünk be.

Következtetés

Az eredmények általában véve alátámasztották hipotéziseinket.

1. Az értékek prioritásai között kulturális különbségek vannak: Az oroszok gyakrabban preferálják az **önfejlesztés** értékeit, mint a kanadaiak, de utóbbiak gyakrabban preferálják az **önátmenet** értékeit, mint az oroszok. A kínai diákok gyakrabban preferálják a **Megőrzés** értékeit, mint az oroszok és a kanadaiak.
2. Az oroszok és a kanadaiak gyakrabban preferálják a **változásra való nyitottság** értékeit, mint a kínai diákok. Véleményünk szerint ezek a különbségek a tradicionalizmus-modernizmus kontinuumban mutatkozó különbségeket tükrözik: a kínai kultúra inkább a tradicionalizmus pólusához áll közelebb, míg az oroszok és a kanadaiak kulturális mintái a modernizmus felé hajlanak.
3. A kanadai, orosz és kínai egyetemisták **innovatív attitűdjei** között jelentős kulturális különbségek vannak. A kanadaiak és az orosz etnikumúak innovációkkal kapcsolatos attitűdjei pozitívabbak, míg a kínaiaké kevésbé pozitív. Ez a kreativitás és az innovációk eltérő felfogásával magyarázható a nyugati és keleti hagyományokban (Raina, 1999; Paletz, Peng, 2008), valamint a kínai kultúrában az implicit kulturális normákkal és viselkedési előírásokkal (Leung és Morris, 2011).
4. A három kulturális csoportban vannak bizonyos univerzális összefüggések: a változásra való nyitottság értékei elősegítik az innovatív attitűdöket, és a

A megőrzés akadályozza őket. Ez a következtetés összhangban van más kutatók által kapott eredményekkel (Shane, 1992, 1995; Dollinger, Burke & Gump, 2007).

5. Az értékek és az innovációs attitűdök egyes kapcsolataiban kulturálisan sajátos vonások mutatkoznak: így az oroszoknál a Teljesítmény értékei pozitív kapcsolatban állnak az innovatív attitűdökkel, a kanadaiaknál a Jótékonyág értékei negatív kapcsolatban állnak az innovatív attitűdökkel, a kínaiaknál pedig az Önirányítás értékei nincsenek kapcsolatban az innovációkkal kapcsolatos attitűdökkel. Ezt a kulturálisan sajátos értékprioritásokkal, valamint a kreativitás és az innováció implicit elméleteivel lehet magyarázni.
6. Az értékek és az innováció közötti közvetítés típusa a három országban eltérő. Míg Oroszországban és Kanadában a nem és az életkor hatását teljes mértékben az értékek közvetítik, addig Kínában ez nem igaz a nem hatására, amely szintén közvetlen hatást gyakorol az innovációra.
7. Az életkor és a nem regressziós együtthatója az értékekre vonatkozóan eltér Kanadában, Kínában és Oroszországban, ami az életkor és a nemek értékprioritásokra gyakorolt hatásának kulturális különbségeit tükrözi.

Teljes mértékben elismerjük e feltáró vizsgálat komoly korlátait: kis hallgatói minta, alacsony heterogenitás a társadalmi-demográfiai jellemzőkben, elsősorban az életkorban, az egyetemek különböző típusai és elhelyezkedése (Oroszországban a főváros, Kanadában és Kínában a tartományi városok). A módszer korlátai közé tartozik az értékek és az innovációkkal kapcsolatos attitűdök nagyon szoros mérése, valamint az, hogy csak az innovációkkal kapcsolatos attitűdöket méri, a kreatív (innovatív) viselkedést nem.

Ez a feltáró tanulmány egyébként arra ösztönöz bennünket, hogy megvizsgáljuk az innováció kulturálisan specifikus implicit elméleteit és az innovátorok pszichológiai tulajdonságainak leírásait, amelyek segíthetnek megérteni az innovációk elfogadásának és elutasításának szociálpszichológiai gyökereit a különböző szociokulturális kontextusokban. További kutatásokra van szükség a kultúra és az innovációk között feltárt összefüggések mélyebb tanulmányozásához.

Hivatkozások

1. Abou-Hatab, F.A.-L.H. (1997). Pszichológia egyiptomi, arab és iszlám szemszögből: beteljesületlen remények és reményteljes beteljesülés. *European Psychologist*, 2(4), 356-365.
2. Amabile, T.M. *Kreativitás kontextusban*. Boulder, CO: Westview, 1996.
3. Baldwin, A.Y. (2001). A kreativitás kihívásának megértése az afroamerikaiak körében. *Journal of Secondary Gifted Education*, 12(3), 121-125.
4. Basadur, M., Hausdorf, P. (1996) A kreatív problémamegoldással és az innovációmenedzsmenttel kapcsolatos divergens gondolkodási attitűdök mérése. *Creativity Research Journal*, 9 (1), 21-32.
5. Cheng, S.K. (1999). Kelet-nyugati különbségek a kreativitásról alkotott nézetekben: igaz van Howard Gardenernek? Igen és nem. *Journal of Creative Behavior*, 33(2), 112-123.
6. Cheung, R M., Leung, K., Fan, R. M., Song, W-Z., Zhang, J-X., & Zhang, J-P. (1996). A kínai személyiségfelmérő leltár kifejlesztése. *Journal of Cross- Cultural Psychology*, 27, 181-199.
7. Cheung,G.W., Rensvold,.B. (2002) Evaluating Goodness of Fit Indices for Testing Measurement Invariance, *Structural Equation Modeling*, 9, 233-255.
8. Davidov A. Oroszország modernizációja, Kína hasznos tapasztalatai és a komplex rendszerek elmélete, 2010.
http://www.ssarss.ru/files/File/info/Modernization_Russia.pdf
<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/336568.html>.
9. DE Dreu C.K. & Baas M.& Nijstad B.A.(2008) Hedonikus tónus és aktivációs szint a hangulat-kreativitás kapcsolatában: A kreativitáshoz vezető kettős út modellje felé , *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, 739 - 756.
10. De Dreu,C.K. & Nijstad,B.A. és M.Baas (2011). Kreativitás egyéneknél és csoportokban: Basic Principles with Practical Implications. In D. DE CREMER & R.van Dick & J.K.Murnighan (Eds.): *Social Psychology and Organizations*. New York: Routledge, 297- 324.
11. Diener, E. (1996). Szubjektív jóllét interkulturális perspektívában. In H.Grad, A.Blanco, & J.Georgas (Eds.): *Key issues in cross-cultural psychology* (pp. 319-30), Lisse, Hollandia: Swets & Zetlinger.
12. Dollinger S.J., Burke Ph.A. & Gump N.W. Kreativitás és értékek. *Creativity Research Journal*, 2007, - V. 19.- N. 2-3.- P.91-103.
13. Harrison, L. E., & Huntington, S. P. (szerk.). (2000). *A kultúra számít: Hogyan alakítják az értékek az emberi fejlődés*. New York: Basic Books.

14. Hofstede, G. (2001). *A kultúra következményei: Az értékek, viselkedések, intézmények és szervezetek összehasonlítása nemzetek között* (2nd ed.). Beverly Hills CA: Sage.
15. Inglehart, R., & Baker, W. E. Modernizáció, kulturális változás és a hagyományos értékek fennmaradása. // *American Sociological Review*, 2000, V. 65, pp. 19-51.
16. Jones, R.N. (2006) A Mini-Mental State Examination angol és spanyol nyelvű változatai közötti mérési különbségek azonosítása: MIMIC-modellezéssel történő differenciális tételfunkció kimutatása. *Medical Care*, 44, pp. 124 - S133.
17. Jöreskog, K.G. & Goldberger A.S.(1975) Estimation of a model with multiple indicators and multiple causes with a single latent variable, *Journal of the American Statistical Association*, 10, 631 - 639.
18. Kaufmann, K., Schmidt P. (1976) Theoretische Integration der Hypothesen zur Erklärung der Diffusion von Innovationen durch Anwendung einer allgemeinen kognitiv-hedonistischen Verhaltenstheorien, in P.Schmidt(ed.) *Innovation. Zur Diffusion von Innovationen im sozialen Bereich*. Hamburg: Hoffman und Campe.
19. Khaleefa, O.H., Erdos, G. & Ashira, I.H. (1996b). Kreativitás egy őshonos afro-arab iszlám kultúrában: Szudán esete. *Journal of Creative Behavior*, 30(4), 268-282.
20. Kharkhurin, A., Motallebi, 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.
21. Kuo, Y.Y. (1996). A kreativitás taoista pszichológiája. *Journal of Creative Behavior*, 30(3), 197-212.
22. Lebedeva, N., Tatarko, A. Metodika issledovaniya otnosheniya lichnosti k innovatsiyam (A személyiség innovációkhoz való viszonyulásának vizsgálati módszere). *Almanakh sovremennoy nauki I obrazovaniya. (A kortárs tudomány és oktatás almanachja)*, Tambov, 2009, 23, 4, 89-96.
23. Lebedeva N. Krosskulturnie ocbennosti otnosheniya rossiiskoi molodezhi k innovatsiyam (Az orosz fiatalok innovációhoz való hozzáállásának kultúraközi sajátosságai // *Molodie moskvichi: Krosskulturnoe issledovanie (Fiatal moszkovíták: kultúraközi tanulmány)*. M.: RUDN, 2008, p. 9-40.
24. Leung, K., & van de Vijver, F. J. R. (2008). Az ok-okozati következtetések megerősítésének stratégiái a kultúrák közötti kutatásokban: A konziliencia megközelítés. *International Journal of Cross Cultural Management*, 8, 145-169.
25. Leung, K., Chen, Z., Zhou, F., & Lim, K. (2009). A hagyományos kultúra és az innovatív teljesítmény közötti kapcsolat Kínában: Az arc és a renqing szerepe. Publikálásra benyújtott kézirat.

26. Leung, K., Morris, M. Kultúra és kreativitás: Egy szociálpszichológiai elemzés. In D. de Cremer & R. van Dick és J.K. Murnighan (szerk.) Szociálpszichológia és szervezetek. New York: Routledge 2011, 371-396.
27. Lubart, T. I. (1999). Kreativitás a kultúrák között. In R. J. Sternberg (szerk.), A kreativitás kézikönyve. Cambridge: Cambridge University Press, 1999, pp. 339-350.
28. MacKinnon D.P. & Fairchild, A.J. (2009) Current Directions in Mediation Analysis. *Current Directions in Psychological Science*, 18, 16 - 19.
29. Meuleman B., Davidov E., Schmidt P., Billiet J.(in press) Social location and value priorities. A társadalmi-strukturális változók és az emberi értékek közötti kapcsolat európai szintű összehasonlítása, in O.Gabriel/S.Keil (szerk.) *Values in Europe*, Routledge: New York, 2012.
30. Muthen B.O. (1989) Latens változó modellezés heterogén populációkban. *Psychometrika* 54, 557 - 585.
31. Paletz, S. & Peng, K. (2008). A kreativitás implicit elméletei a kultúrák között // *Journal of Cross-Cultural Psychology*, V.39, N.3, p.286-302.
32. Raina M.K. (1999). Interkulturális különbségek.//Runco, M.A., Pritzker, .R. (szerk.) *Encyclopedia of creativity*, San Diego, CA: Academic Press, V.1, 453-464.
o.
33. Rogers E.M. Az innovációk diffúziója (5. kiadás). New York: Free Press, 2003.
34. Rogers E.M.,Larsen J.K.(1984). Szilícium-völgyi láz. A csúcstechnológiai kultúra növekedése. New York: Basic Books.
35. Oner, B. (2000). Innováció és alkalmazkodás egy török mintában: előzetes tanulmány. *The Journal of Psychology*, 134, 671-676.
36. Rudowicz, E., Yue, X.(2000) Concepts of Creativity: Similarities and differences among continland, Hong Kong and Taiwanese Chinese.//*Journal of Creative Behavior*, 25, 311-319.
37. Rudowicz, E. Kreativitás és kultúra: kétirányú kölcsönhatás. // *Scandinavian Journal of Educational Research*, Vol. 47, No. 3, 2003,
38. Runco,M.A. Kreativitás (2004) *Annual Review of Psychology*, 55, 657-687.
39. Sagiv, L., & Schwartz, S. H. (1995). Értékprioritások és a csoporton kívüli társas kapcsolatokra való hajlandóság. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 437-448.
40. Schwartz, S. H. (1992). Az értékek tartalmának és szerkezetének egyetemessége: Elméleti előrelépések és empirikus tesztek 20 országban. In M. P. Zanna (szerk.), *Előrelépések a kísérleti szociálpszichológiában (25. kötet)*, pp. 1-26). San Diego, CA: Academic Press.
41. Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Az univerzális tartalom és a

- Social Psychology*, 58, 878-891.
42. Schwartz S.H., Rubel,T.(2005) Nemi különbségek az értékprioritásokban: Cross-Cultural and Multimethod Studies. *Journal of Personality and Social Psychology*,89;6, , 1010-1028.
 43. Schwartz, S. H. (a sajtóban). Az alapvető emberi értékek elméletének finomítása felé. In S. Salzborn, E. Davidov & J. Reinecke (Eds.), *Módszerek, elméletek és empirikus alkalmazások a társadalomtudományokban*.
 44. Shane, S. Miért találnak fel egyes társadalmak többet, mint mások? *Journal of Business Venturing*, 1992, N. 7, pp. 29-46.
 45. Shane, S., Venkatarman, S. & I. Mac-Millan, Kulturális különbségek az innovációs stratégiákban. // *Journal of Management*, 1995, Vol. 21, N. 5, pp. 931-952.
 46. Shapero, A. és Sokol, L. (1982). A vállalkozás társadalmi dimenziói. In: C. Kent: A vállalkozói szellem és a vállalkozói szellem, D. Sexton, K. Vesper, szerk., *A vállalkozói szellem enciklopédiája*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
 47. Skrondal, A. & Rabe-Hesketh S. (2004) Generalized Latent Variable Modeling: Többszintű, longitudinális és strukturális egyenletmodellek. Boca Raton: Chapman and Hall.
 48. Triandis, H.C. Kultúra és társadalmi viselkedés. New York: McGraw-Hill, Inc., 1994.
 49. Vandenberg,R., Lance,C.(2000)A measurement invariance literature áttekintése és összefoglalása: *Organizational Research Methods*,3, 4 - 69.
 50. Wallace, A. 1970. *Kultúra és személyiség*. New York: Random House.
 51. West, M.A., Farr J.L.(1990)Innováció a munkahelyen. In: West és J.L. Farr (szerk.): *Innováció és kreativitás a munkahelyen: Pszichológiai és szervezeti stratégiák*. Chichester: Wiley
 52. Woods, C.M. (2009) Evaluation of MIMIC model methods for DIF Testing with comparison to two-group analysis, *Multivariate Behavioral Research*, 44, 1-27.
 53. Yao, X., Yang, Q., Dong, N., & Wang, L. (2010). A *zhongyong* moderáló hatása a kreativitás és az innovációs viselkedés közötti kapcsolatra. *Asian Journal of Social Psychology*, 13, 53-57.
 54. Zhou J & Shalley, C. E. (2003). A munkavállalói kreativitás kutatása: A critical review and directions for future research. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 22, 165-217.

Szerzők:

1. Lebedeva Nadezhda, Felsőfokú Közgazdasági Iskola (Moszkva, Oroszország).
Nemzetközi szociokulturális kutatási laboratórium. Vezető;
E-mail: nlebedeva@hse.ru, tel.8-962-946-68-01 (mob.)
2. Peter Schmidt, Közgazdasági Felsőoktatási Intézet (Moszkva, Oroszország). Nemzetközi Szociokulturális Kutatási Laboratórium, társvezető;
Giesseni Egyetem, Németország, E-mail: peter.schmidt@sowi.uni-giessen.de.

Az ebben a munkadokumentumban szereplő bármely vélemény vagy állítás nem feltétlenül tükrözi a Nemzeti Kutatási Egyetem Közgazdaságtudományi Felsőoktatási Karának nézeteit.