



TEHNIKA I INFORMATIKA U OBRAZOVANJU

4. Internacionalna Konferencija, Tehnički fakultet Čačak, 1–3. jun 2012.

TECHNICS AND INFORMATICS IN EDUCATION

4th International Conference, Technical Faculty Čačak, 1–3rd June 2012.

UDK: 37:007.895

Stručni rad

MEĐUKULTURNE RAZLIKE U ODNOSIMA PREMA INOVAIJAMA KOD STUDENATA MEDIJA U SRBIJI I BOSNI I HERCEGOVINI

Olja Arsenijević,¹ Ljiljana Lj. Bulatović², Goran Bulatović³

Rezime: Naučnicima i političarima u mnogim zemljama jasno je da je od suštinskog značaja za ekonomski rast, razvoj i prosperitet društva prelazak ekonomije u inovativnu fazu razvoja. Inovativne privrede sposobne su da generišu masovni protok inovacija, ali zahtevaju odgovarajuće kulturno okruženje, nauku, obrazovanje, uslove za slobodu stvaralaštva, ambijent za razvoj preduzetništva, kao i inteligenciju i kreativnost, te sposobnost da se inovacije uspešno inkorporiraju u privredu. Za Srbiju to znači potrebu za ozbiljnim institucionalnim reformama i prevazilaženje kulturnih i vrednosnih barijera. Zbog svega navedenog, u ovom radu bavimo se vezom sistema vrednosti i inovativnosti kod studenata medija u Srbiji, Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini. Istraživački uzorak bio je 330 studenata. Ustanovljena je veza sistema vrednosti ispitanika sa njihovim odnosom prema inovacijama. Istraživanje je takođe pokazalo da postoje i značajne statističke međukulturne i međupolne razlike u odnosu vrednosti i odnosa prema inovacijama.

Ključne reči: *kroskulturalno istraživanje, inovacije, sistem vrednosti*

INTERCULTURAL DIFFERENCES IN THE TREATMENT INNOVATION IN MEDIA STUDENTS IN SERBIA AND BOSNIA AND HERZEGOVINA

Summary: Scientists and politicians in many countries clearly see that the transition of economy into innovative phase of development is essential for economic growth, development and prosperity of society. Innovative economies are able to generate mass flow of innovations, but they require appropriate cultural environment, science, education, conditions for freedom of creativity, environment for entrepreneurship development, as well as intelligence and creativity, then the ability for innovations to be successfully incorporated into economy. For Serbia, this means a necessity for a serious institutional reforms and overcoming cultural and value barriers. Due to everything above-mentioned, in this paper we deal with the connection between value system and innovativity of media

¹ Doc. dr Olja Arsenijević, Fakultet za menadžment, Sremski Karlovci, E-mail: arsenijevicolja@gmail.com

² Mr Ljiljana Lj. Bulatović, nastavnik veština., Fakultet za menadžment, Sremski Karlovci, E-mail: bulatovic@famns.edu.rs

³ Doc. dr Goran Bulatović, Fakultet za menadžment, Sremski Karlovci, E-mail: kokacns@gmail.com

students in Serbia, Croatia and Bosnia and Herzegovina. Research sample consisted of 330 students. Connection between value system of respondents and their attitude towards innovations is established. Research has also shown that there are significant statistical intercultural and intersex differences in relation of value and attitude towards innovations.

Key words: *cross-cultural research, innovation, value system*

1. UVOD

Mehatronika nije nova tehnička grana, već novonastali pristup koji naglašava neophodnost. Prema INSEAD Global Innovation Index 2011. izveštaju Srbija zauzima 55. mesto u svetskom rejtingu inovacionih aktivnosti. Ovo je svakako u vezi sa nesistematskim pristupom inovativnom razvoju Srbije. Indeksi sposobnosti za proizvodnju i inovacije Srbije ukazuju na to da se inovativni potencijal ne koristi dovoljno. Iako se sa 92. mesta u 2009. i 101. u 2010. ukupan rejting popeo na 55. mesto u 2011. to je daleko od dobrog. (pogledaj Tabelu 1.) Ako uporedimo rejting zemalja iz okruženja (sa čijim studentima smo radili istraživanje), Bosne i Hercegovine i Hrvatske, možemo videti da je rejting Bosne i Hercegovine u 2011. 76. mesto (prošle godine bilo je 121.), a Hrvatske znatno bolje od obeju zemalja – u 2011. to je 44. mesto, u 2010. to je bilo samo za jedno mesto niže – 45, a do pre dve godine znatno niže, čak 62. mesto. Izvor: (<http://www.globalinnovationindex.org/gii/main/fullreport/index.html>)

Inovativna organizaciona kultura je ona u kojoj je stalno poboljšavanje organizacije kroz generisanje i primenu ideja u svim delovima organizacije norma ponašanja zaposlenih! [Birdi, Wall and Wood, Univeristy of Sheffield, UK]. Ovom definicijom se prostor za bavljenje inovativnim aktivnostima i skup inovativnih pojedinaca širi višestruko i ultimativno – inovativnost nije privilegija malog broja onih koji su za to "zaduženi" (npr. zaposleni u naučnoistraživačkom (NI) i istraživačko-razvojnom (IR) sektoru), a još manje je aktivnost koja daje rezultate u unapred zadatim rokovima, količinama i pojavnim oblicima! Postojanje inovacione kulture podrazumeva motivisanost svih zaposlenih da permanentno koriste svoje kreativne potencijale, za šta je preduslov adekvatno obrazovanje, stalna obuka i trening, kao i uslovi za generisanje i implementaciju inovacija. Inovacija, pri tome, može biti novi ili poboljšan proizvod, proces, usluga, način rada [OECD, 1992, prema Kutlača:2006, 7-10].

U kojoj meri je inovativnost i inovaciona kultura zaživela u našoj ekonomiji i društvu? Koje su organizacione, finansijske, fiskalne, obrazovne i druge aktivnosti pokrenute u cilju podrške i promocije izgradnje inovacione kulture stanovništva i uspostavljanja i funkcionisanja nacionalnog inovacionog sistema (NIS) u Srbiji? Kako se sve to ogleda na nivou preduzeća, fakulteta, istraživačke laboratorije? Ovo su samo neka od pitanja na koja naučna javnost traži odgovore. Mi ćemo u ovom radu pokušati da damo odgovor na samo neka od njih: kako sociokulturni faktori utiču na odnos prema inovacijama, kako sistem vrednosti pojedinca utiče na odnos prema inovacijama, kako sistem vrednosti društva utiče na odnos prema inovacijama. *tehnološka međuzavisnost*, usko povezana sa dostupnim proizvodnim tehnologijama.

2. TEORIJSKA OSNOVA ISTRAŽIVANJA

Dominantne društvene vrednosti kao jedan od glavnih elemenata kulture utiču na ponašanje pripadnika određenog naroda. U novije vreme najpopularnije i najkorišćenije teorijsko polazište za istraživanje vrednosnog sistema je Švarcovo polazište. [Schvartz, S.H.:1999,

453-464]

Oslanjajući se na teorijska i empirijska istraživanja Švarc je grupisao vrednosti u deset kategorija (tipova motivacije): vlast, dostignuće, hedonizam, stimulacija, nezavisnost, univerzalizam, dobročinstvo, tradicija, konformizam, sigurnost.

Mnogobrojna istraživanja su pokazala da ovaj model možemo uzeti kao univerzalan za sve tipove društava. Kako individue iz različitih društava mogu vrednostima pridavati različito značenje, sve navedene vrednosti grupisane su u vrednosno-motivacione opozicije, raspoređene na dve bipolarne ose: spremnost na promene (nezavisnost i stimulacija), konzervativizam (sigurnost, konformizam, i tradicija), samopouzdanje (vlast, dostignuće, hedonizam), akcenat na druge (univerzalizam, dobročinstvo). [Lebedeva, N.M.:1993, 4-15, Schwartz, S.H.:1999, Diener, E.:2000]

Polazeći od Švarcove teorije možemo pretpostaviti da bi vrednosti na polu spremnost na promene trebalo da budu u vezi sa stremljenjem ka stvaralaštvu i inovativnosti, a vrednosti na suprotnom polu konzervativizam bi trebalo da budu u negativnoj vezi sa inovativnošću.

Inovativne karakteristike ličnosti istraživali smo prema upitniku Lebedeve. Ovim upitnikom ispituje se indeks inovativnosti ličnosti na osnovu ocene kreativnosti, rizika zbog uspeha, orijentacije ka budućnosti i samopouzdanja.

3. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

Ciljevi i zadaci istraživanja

Ispitati međukulturne i međupolne razlike u vrednostima i stavovima u odnosu prema inovacijama; Ispitati međusobnu vezu sistema vrednosti i odnosa prema inovacijama u tri etnokulturne grupe studenata medija (Srbija, Bosna i Hercegovina i Hrvatska); Sprovesti kroskulturalnu proveru iniverzalnosti i specifičnosti veze vrednosti kultura i odnosa prema inovacijama u različitim kulturama;

Istraživačke hipoteze

H0 – Pretpostavljamo da su vrednosti individua u vezi sa njihovim odnosom prema inovacijama, a karakter te veze može biti kulurološki uslovljen.

H1 – Pretpostavljamo da postoje međukulturne i međupolne razlike među vrednostima po opoziciji tradicionalizam i samopouzdanje.

H2 – Pretpostavljamo da postoje međukulturne i međupolne razlike u stavovima prema inovacijama (pretpostavljamo da su stavovi srpskih studenata prema inovacijama pozitivniji nego stavovi bosanskohercegovačkih studenata) kao i da u ukupnom uzorku muškarci imaju pozitivniji odnos prema inovacijama nego žene.

H3 - Pretpostavljamo da vrednosti spremnost na promene i univerzalizam utiču na pozitivan stav prema inovacijama, dok vlast i tradicionalizam utiču negativno.

H4 – Pretpostavljamo da uticaj vrednosti na odnos prema inovacijama ima i univerzalni i kulturno specifični karakter.

Uzorak istraživanja

U našem istraživanju učestvovalo je tri grupe studenata medija – srpski, hrvatski, bosanskohercegovački – iz kultura za koje pretpostavljamo da imaju različite sisteme vrednosti, a i različit stepen razvoja društva.

Ukupno je bilo 330 ispitanika, od toga 193 srpska studenta i 137 bosanskohercegovačkih starosti od 18 do 28 godina.

Tabela 1. Uzorak istraživanja

Kulturna grupa	Broj ispitanika	Godine starosti	Pol	
			m	ž
Srbija	193	18-22	m	81
			ž	112
Bosna i Hercegovina	137	20-28	m	57
			ž	80

Postupak istraživanja

Istraživanje je uraženo on-line popunjavanjem upitnika. Ispitanici su zamoljeni da popune upitnik sa sedmostepenom skalom ocenjujući svaku od 57 navedenih vrednosti, a da se pri tome pomognu pitanjem „Koje vrednosti su za mene najvažnije i koje utiču na osnovne principe mog življenja?“

Istraživanje je sprovedeno u maju i junu 2011. godine.

Instrument istraživanja

U instrument su ušla dva upitnika: Upitnik kulturnih vrednosti Š. Švarca (SVS57) i upitnik N.M. Lebedeve „Inovativna svojstva ličnosti.“

Varijable istraživanja

Nezavisne varijable: 10 individualnih vrednosti: vlast, dostignuće, hedonizam, stimulacija, nezavisnost, univerzalizam, dobročinstvo, tradicija, konformizam, sigurnost; 4 vrednosne opozicije – konzervativizam (posmatrana kroz aritmetičku sredinu vrednosti sigurnost, konformizam, tradicija); spremnost na promene (posmatrana kroz aritmetičku sredinu vrednosti nezavisnost i stimulacija); samopouzdanje (posmatrana kroz aritmetičku sredinu vrednosti univerzalizam, dobročinstvo; akcenat na druge (posmatrana kroz aritmetičku sredinu vrednosti hedonizam, dostignuće, vlast.

Zavisne varijable

Inovativna svojstva ličnosti: kreativnost - posmatrana kroz aritmetičku sredinu odgovora na 5 pitanja; rizik radi uspeha - posmatrana kroz aritmetičku sredinu odgovora na 4 pitanja; orijentacija na budućnost - posmatrana kroz aritmetičku sredinu odgovora na 3 pitanja; vera u sebe - posmatrana kroz aritmetičku sredinu odgovora na 3 pitanja; indeks inovativnosti ličnosti posmatrana kroz aritmetičku sredinu skale kreativnost, rizik radi uspeha, orijentacija na budućnost i vera u sebe.

Statistička obrada podataka urađena je pomoću SPSS11.0

Za procenu psiholoških ocena korišćena je procedura Reliability, koristeći koeficijent Kronbahove alfe. Za proveru različitosti korišćen je Z-kriterijum Kolmogorova-Smirnova za nezavisnost izbora. Za proveru uticaja varijabli korišćena je stepwise i enter analiza, a za kontrolu pola, godina starosti i njihovog međusobnog uticaja multicollinearity.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

3.1.1. Međugrupne razlike vrednosti i odnosa prema inovacijama

Statističku analiza međugrupne razlike vrednosti studenata po kriterijumu Kolmogorova-Smirnova dajemo u sledećoj tabeli:

Tabela 2. Statistička analiza međugrupne razlike – srpski i bosanskohercegovački studenti

Grupe	Srpski studenti			Bosanskohercegovački studenti			Z - kriterij
	Vrednosti	Me	range	Min-max	Me	range	
Sigurnost	3.93	3.64	1.98- 5.62	4.24	4.98	1.39-6.38	1.77**
Konformizam	3.79	4.78	1.45- 6.23	4.40	4.32	1.57-5-89	3.02***
Tradicija	2.10	5.12	.3 1 -4.81	3.80	4.76	1.17-5.93	4.24***
Dobročinstvo	4.58	4.20	2.15- 6.35	4.13	4.26	1.87-6.13	2.7***
Univerzalizam	3.61	4.63	.85- 5.48	3.89	4.03	1.73-5.78	1.66**
Nezavisnost	4.67	5.66	1.50- 7.00	4.23	3.54	2.18-5.72	2.94**
Stimulacija	3.91	7.14	.49 -6.65	3.56	5.54	.67-6.21	.93
Hedonizam	3.80	5.40	.02-6.95	3.82	8.16	-1.18-6.98	.73
Dostignuće	4.34	6.96	1.45- 6.85	3.84	3.51	2.25-5.76	2.24***
Vlast	3.25	6.10	.60- 6.70	3.70	5.83	.94-6.77	1.71**
Konzervativizam	3.48	2.15	1.81 -4.55	4.12	2.39	2.76-5.15	4.64***
Spremnost na promene	1.25	4.87	1.64- 6.52	3.80	3.32	2.37-5.36	2.27***
Akcentat na druge	4.08	3.63	1.98 -5.61	2.60	2.60	2.76-5.36	.96
Samopouzdanje	3.73	5.21	1.23- 6.45	3.72	3.72	1.82-5.55	1.05

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

Prioritet vrednostima sigurnost, nezavisnost, i vlast značajno je viši kod srpskih studenata. Za predstavnike bosanskohercegovačkih studenata znatno više nego kod srpskih ocenjene su vrednosti sigurnost, konformizam, tradicija, univerzalizam, vlast a na nivou cenosnih opozicija vrednosti konzervativizma. Srpski studenti u većem stepenu cene vrednosti nezavisnost, stimulacija, hedonizam, distignuće, dobročinstvo, a na nivou vrednosnih opozicija vrednosti spremnosti na promene i orijentacije na druge.

Značajne međupolne razlike uočene su kod sledećih vrednosti: dobročinstvo, univerzalizam, orijantisanost na druge više vrednuje ženska populacija, dok su nezavisnost, stimiulaciju i hedonizam, kao i samopouzdanje i spremnost na promene preferencija muške populacije.

Rezultati istraživanja tako su potvrdili našu hipotezu H1 da postoje međukulturne i međupolne razlike prema vrednosnim opozicijama konzervativizam:spremnost na promene i samopouzdanje akcentat na druge (okrenutost ka drugima).

Statističku analizu i međugrupne razlike odnosa ispitivanih studenata prema inovacijama po kriterijumu Kolmogorova-Smirnova dajemo u tabi 3.

Možemo primetiti da su pokazatelji kao što su kreativnost, orijentacija na budućnost, sigurnost u sebe i opšti indeks inovativnosti ličnosti znatno viši kod srpskih nego kod bosanskogercegovačkih studenata.

Kada govorimo o međupolnim razlikama važno je istaći da se kod muškaraca znatno više nego kod žena pokazuje pozitivan odnos prema inovacijama i to kroz pokazatelje kao što su kreativnost, rizik radi uspeha, sigurnost u sebe kao i opšti indeks inovativnosti ličnosti. U srpskom uzorku kod muškaraca je znatno viši pokazatelj rizik radi uspeha (Z=1.83) i indeks inovativnosti ličnosti (Z=1.83). Kod bosanskohercegovačke grupe kod muškaraca se u odnosu na žene izdvajaju sledeći pokazatelji: kreativnost (Z=1.37), rizik radi uspeha (Z=1.53) i sigurnost u sebe (Z=1.66), kao i indeks inovativnosti ličnosti (Z=1.65).

Ovakvim rezultatima potvrđena je i naša hipoteza H2 koja glasi da pretpostavljamo da postoje međukulturne i međupolne razlike u stavovima prema inovacijama (pretpostavljamo da su stavovi srpskih studenata prema inovacijama pozitivniji nego stavovi bosanskohercegovačkih studenata), kao i da u ukupnom uzorku muškarci imaju pozitivniji odnos prema inovacijama nego žene.

Tabela 3. Međugrupne razlike u odnosu prema inovacijama kod srpskih i bosanskohercegovačkih studenata

Grupe	Srpski studenti			Bosanskohercegovački studenti			Z-kriterij
	Me	range	Min-max	Me	range	Min-max	
Orijentacija na inovativnost	3.60	3.40	1.60- 5.00	3.40	3.80	1.00-4.80	2.03**
Rizik radi uspeha	3.25	3.75	1.25-5.00	3.25	3.75	1.00- 4.75	.97
Orijentacija na budućnost	3.67	3.33	1.67- 5.00	3.33	3.67	1.00-4.67	2.28***
Uverenost u sebe	3.61	3.67	1.33- 5.00	3.33	4.00	1.00-5.00	2.05***
Indeks inovativnosti ličnosti	3.50	2.69	2.02- 4.71	3.28	3.50	1.00-4.50	2.21**

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

3.1.2. Uzajamni odnos vrednosti i inovacija

Za proveru hipoteza H3 i H4 bila je sprovedena regresiona analiza vrednosti i inovativnih elemenata na celom uzorku i na svakoj kulturnoj grupi sa analizom polnih razlika, uzrasta i međusobnog uticaja varijabli. Ove rezultate dajemo u tabelama 4 i 5 i to samo najznačajnije povezanosti.

Rezultati su pokazali da sa inovativnim elementima pozitivno koreliraju vrednosti nezavisnost, stimulacija, univerzalizam, dostignuće, a negativno vlast i tradicionalizam.

Kod srpskih studenata medija sa inovativnošću pozitivno koreliraju vrednosti nezavisnost, stimulacija, univerzalizam i vlast, a negativno tradicionalizam.

Tabela 4. Veza vrednosti i odnosa prema inovacijama – srpski uzorak

Zavisne varijable	Nezavisne varijable									
	Nezavisnost β	Stimulacija β	Vlast β	R ²	F	Tradicionalizam β	Univerzalizam β	Dostignuće, β	R ²	F
Kreativnost	.42***	.19**		.24	12	-.61**		.19	.06	9.6
Rizik radi uspeha	.22***	.23***	.22***	.17	14					
Orijentacija na budućnost	.15*	.15*		.05	3.6	-.22**			.06	8.9
Uverenost u sebe	.27***			.06	4.1					
Indeks inovativnosti	.31***	.20**		.117	13	-.22**			.06	10

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

Kod studenata medija iz Bosne i Hercegovine sa inovativnošću pozitivno koreliraju nezavisnost, univerzalizam i dostignuće, negativno tradicionalizam i stimulacija.

Tabela 5. Veza vrednosti i odnosa prema inovacijama – bosanskohercegovački uzorak

Zavisne varijable	Nezavisne varijable									
	Nezavisnost β	Stimulacija β	Vlast β	R ²	F	Tradicionalizam β	Univerzalizam β	Dostignuće, β	R ²	F
Kreativnost	.20*			.05	5.6		.23***	.19	.07	8.2
Rizik radi uspeha							.17**		.03	3.6
Orijentacija na budućnost	.20*	-.19*		.10	4.6		.20***		.05	4.8
Uverenost u sebe		-.23**		.08	6.3		.27**		.08	6.4
Indeks inovativnosti	.16*			.04	8.1	-.13	.25***		.08	6.8

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

U svojoj daljoj razradi sproveli smo regresionu analizu povezanosti vrednosnih opozicija i indeksa inovativnosti. Rezultati su pokazali da na uzorku srpskih i hrvatskih studenata postoje vrednosti koje se nalaze na polu spremnost na promene.

Upravo ovakvi rezultati potvrdili su našu hipotezu H3 kojom smo pretpostavili da vrednosti spremnost na promene i univerzalizam utiču na pozitivan stav prema inovacijama, dok vlast i tradicionalizam utiču negativno. Ovo je potvrđeno na celokupnom celokupnom, hrvatskom i delimično srpskom uzorku ispitivanih studenata. Rezultati su pokazali i kulturnu specifičnost: na srpskom uzorku vrednost vlast pozitivno korelira sa odnosom prema inovacijama i to prema riziku radi uspeha, a na bosanskohercegovačkom uzorku vrednost stimulacija negativno korelira sa orijentacijom na budućnost i uverenost u sebe.

Upravo ovi rezultati potvrdili su i našu hipotezu H4 da uticaj vrednosti na odnos prema inovacijama ima i univerzalni i kulturno specifični karakter.

4. DISKUSIJA REZULTATA SA ZAKLJUČCIMA

Kroskulturalno istraživanje koje smo sproveli sa studentima medija iz Srbije i Bosne i Hercegovine pokazalo je da postoje međukulturne i međupolne razlike u individualnim vrednostima ispitanika.

Pokazane međukulturne i međupolne razlike, prema našem mišljenju, odražavaju različitosti na liniji tradicionalizam-modernizam, na kojoj bosanskohercegovački studenti stoje bliže polu tradicionalizma, jer veoma cene tradiciju koja vodi ka grupnoj harmoniji. Kod srpskih i hrvatskih studenata stanovište je bliže polu modernizma, više se ceni individualizam i spremnost prema promenama.

Sprovedeno istraživanje pokazalo je takođe da postoje značajne međupolne razlike: žene više vrednuju orijentaciju ka drugim ljudima (dobročinstvo, univerzalizam), a muškarci vrednosti spremnosti na promene (nezavisnost, stimulacija) i samopouzdanje (hedonizam, vlast). Naši rezultati u potpunosti koreliraju sa rezultatima istraživanja drugih istraživača: rezultati istraživanja polnih razlika individualnih sistema vrednosti u 70 kultura pokazali su da muškarci preferiraju vrednosti vlast, stimulacija, nezavisnost, dostignuće, hedonizam, a

žene dobročinstvo i univerzalizam. [Shvartz, S.H.:2006, 249-288]

Sve navedeno ukazuje na činjenicu da smo potvrdili svoju prvu istraživačku hipotezu H1.

Međugrupno upoređivanje rezultata našeg istraživanja ukazuje na postojanje razlike između srpskih i bosanskohercegovačkih studenata. Pokazale su se i značajne međupolne razlike: u svim trima kulturnim grupama muškarci imaju pozitivniji odnos prema inovacijama nego žene, što takođe može biti objašnjeno sa aspekta teorije socijalnih uloga. Ovo ukazuje na potvrdu naše druge istraživačke hipoteze H2.

Rezultati regresione analize odnosa vrednosti i inovativnosti omogućili su potpunu potvrdu naše treće istraživačke hipoteze H3. Ovi rezultati u potpunosti su u saglasnosti sa drugim stranim istraživanjima [Dollinger, S.J.:2007, Shvartz, S.H.:2006, 249-288, Shane, S.: 1992, 29-46, Shane, S.:1995, 931-952] i svedoče o univerzalnosti karaktera veza.

Kulturna specifičnost pojavila se među srpskom i bosanskohercegovačkom grupom studenata. U srpskom uzorku veoma je izražena vrednost vlast i pozitivno korelira sa odnosom prema inovacijama, naročito prema riziku radi uspeha. Preferiranje ove vrednosti, prema Švarcovoju tvrdnji, može dovesti do narušavanja socijalne harmonije, ali ujedno i do motivacije ljudi da rade zarad grupnih interesa.

Preferiranje ove vrednosti kod srpskih studenata moguće je objasniti autoritarnošću srpskog društva i time da se inovacije u ovakvim kulturama moraju pokretati „odozgo“, a rizici vezani sa novim rešenjima mogu biti potkrepljeni autoritetom vlasti ili potkrepljivati samu vlast.

Navedene činjenice ne samo da potvrđuju našu nultu i četvrtu istraživačku hipotezu, nego stavljaju pred nas novi istraživački i praktični problem: kako uspešno dolaziti do inovacija bez obzira na kulturne specifičnosti.

5. LITERATURA

- [1] Diener, E. Suh, L. (2000) Culture and subjective well-being, sopstveno izdanje, 2000.
- [2] Dollinger, S.J., Burke, A., Gump, N.W. „Creativand Values“, Creativity Research Journ. 2007.
- [3] Eagly A.H., Beall, A. Sternberg R.J. The psychology of gender, Guilford Press, New York, 2004.
- [4] EC Future of Creative Industries-Implications for Research Policy, EUR 21471, Foresight Working Documents Series, European Commission, 46 pp., ISBN 92-894-9022-5, 2005.
- [5] EC-Lisbon, EUR 21471, Foresight Working Documents Series, European Commission, 46 pp., ISBN 92-894-9022-5, 2000.
- [6] Florida, R. The rise of the creative class, New York, Basic Books, p. 47. 2004.
- [7] Inglehart, R, Baker, W.E. „Modernization, cultural change and the persistence of traditional values“, American Sociological Review, V.65. 2000.
- [8] Janićijević, N., Organizaciona kultura – kolektivni um preduzeća, ULIXES, Novi Sad, Ekonomski fakultet, Beograd, 1996.
- [9] Kutlača Đ. „Okvir za jedno istraživanje inovacione kulture u Srbiji“, Inovaciona kultura u Srbiji – mit ili realnost, Monografija sa pokrajinskog projekta „Inovaciona kultura kao faktor u formiranju i razvoju inovacionog sistema“, ISBN 86-85067-14-6, 2006, str. 7-10.

-
- [10] Lebedeva, H.M. „Cenosti i otnošenje k inovaciam“, Psihološki žurnal, tom 30, br. 6., 2009.
- [11] Lebedeva, H. „Cenostno-motivacionaja struktura ličnosti v ruskoj kulture“, Psihološki žurnal, tom 22, br. 3, 2001.
- [12] Shane, S. „Why do some societies invent more than others?“, Journal of Business Venturing, N. 7, 1992.
- [13] Shane, S., Mac-Millan, J. „Cultural differences in Innovation Strategies“, Journal of Management, V. 21, N. 5, 1995.
- [14] Shein, E. Organization Culture and Leadership, Jossey Boss, New York, 1978.
- [15] Shvartz, S.H. „Toward a universal psychological structure of human values“, Journal of Personality and Social Psychology, V.53, 1987.
- [16] Shvartz, S.H., Bilsky, W. „Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications“, Journal of Personality and Social Psychology, V. 58, 1990.
- [17] Shvartz, S.H., Rubel, T. „Sex differences in value priorities: Cross-cultural and multi-method studies“, Journal of Personality and Social Psychology, V. 89, 2006.
- [18] Sovetova. O.S. Socialnaja psihologija inovacij, Spb:Izd-vo SpbgU, Moskva, 2000.