

КЛУБ КОНТЕКСТ

**«ШКАЛЫ» И «МИРЫ»  
ТЕХНОПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ФИНЛЯНДИИ,  
ЮЖНОЙ КОРЕИ, ТАЙВАНЯ И РОССИИ  
И ИХ ВЛИЯНИЕ НА УСПЕХ В БИЗНЕСЕ .**

БОРИС ГЛАДАРЕВ. ЕВРОПЕЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ, ЦЕНТР НЕЗАВИСИМЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

# О ПРОЕКТЕ

Проект: «Выявление индивидуальных моделей поведения (механизмов самореализации, стратегий достижения успеха), влияющих на эффективность деятельности инновационных, высокотехнологичных компаний»

Заказчик: Фонд инфраструктурных и образовательных программ  
ОАО РОСНАНО

Исполнитель: Центр исследований науки и технологий ЕУСПб

Сроки реализации: 2011-2013 гг.

# О ПРОЕКТЕ

## Вопросы исследования

- § существуют ли специфические культурные черты, выделяющие российского хай-тек предпринимателя в сравнении с его коллегами из технологически развитых странах «запада» и «востока»?
- § влияют ли локальные культурные паттерны (социально принятые стратегии самореализации, представления об успехе, о достойном деле и т.п.) на деятельность технологических предпринимателей того или иного региона, а также на региональную траекторию экономического развития в целом?

# О ПРОЕКТЕ

Объект исследования: представители малого и среднего бизнеса, работающие в сфере высоких технологий в четырех контрастно развивающихся регионах России, а также в трех технологически развитых странах – Финляндии, Южной Кореи и Тайваня.

Объектами исследования были бизнесмены, работающие в области нанотехнологий, биотехнологий, энергосбережения, оптоэлектроники, машиностроения и робототехники (за исключением IT-сектора).

Предметом исследования являются биографические траектории, индивидуальные поведенческие паттерны, бизнес-стратегии, способы достижения успеха и практики работы над собой, характерные для представителей малого и среднего хай-тек бизнеса в культурно специфичных регионах.

# О ПРОЕКТЕ

Дизайн проекта: множественное кейс-стади, осуществленное в кросс-культурной перспективе методами качественной социологии (кейсом в проекте считалась инновационная экосистема региона).

Уровни анализа:

- § институциональный: сравнение инновационных экосистем четырех стран
- § биографический: сравнение биографических историй технопредпринимателей
- § дискурсивный: сравнение морально-этических координат (логик критики и оправдания)

# О ПРОЕКТЕ

## Методология исследования

Для изучения каждого кейса применены три основных метода качественной социологии:

- § анализ документов, собранных в рамках кейс-стади
- § включенное наблюдение
- § глубинное интервью

Каждое кейс-стади организовывалось как сбор корпуса эмпирических данных трех типов:

- § устные свидетельства – интервью с местными экспертами и технопредпринимателями
- § документальные свидетельства – анализ статистики, научной литературы и материалов СМИ, касающихся инновационной экосистемы региона;
- § личный опыт исследователей – наблюдение в локальных хай-тек фирмах и институтах инновационного развития

# О ПРОЕКТЕ

## Собранные данные

§ 1 месяц наблюдения за агентами региональной экосистемы производства инноваций (в семи регионах)

§ 200 интервью:

153 биографических интервью с технологическими предпринимателями (далее – ТП)

47 экспертных интервью с различными агентами региональных инновационных экосистем

§ За 2011-2012 год собран и проанализирован массив данных (научных, публицистических, газетных публикаций, законодательных актов, программ, стратегий, аналитических докладов и пр.) в каждом из семи регионов.

# О ПРОЕКТЕ

## Методологические ограничения

### 1) обычные для компаративного дизайна трудности:

а) кейсы – регионы значительно разнятся между собой по социально-демографическим, экономическим, географическим, климатическим и пр. параметрам

б) проблема семантических сдвигов при сравнении эмпирических данных – интервью собирались на китайском, корейском, финском, русском, но для общего анализа все иноязычные транскрипты переводились на русский, который был общим языком для кросс-культурного анализа

### 2) дефицит достоверных и сравнимых данных статистики (особенно в российских кейсах)



# О ПРОЕКТЕ

## Исследовательские команды

### Санкт-Петербург (пилотный кейс)

§ Анна Артюшина, Борис Гладарев,  
Анна Черныш и Жанна Цинман

### Республика Татарстан

§ Борис Гладарев и Жанна Цинман

### Новосибирская область

§ Анна Артюшина и Анна Черныш

### Томская область

§ Ольга Бычкова и Евгения Попова

### Китайская Народная Республика, провинция Тайвань

§ Кирилл Солонин и Chun-Kuang Wu

### Финляндская Республика

§ Пяйви Кархунен и Ирина Олимпиева

### Республика Корея

§ Денис Самсонов и Александра  
Масальская

Общее научное руководство  
проектом – Олег Хархордин

# THEORETICAL BACKGROUND

§ Кросс-культурный подход

§ Моральная социология Люка Болтански и Лорана Тевено

§ Public Justification Analysis

## Основные источники

§ Boltanski, L. & Thévenot, L. (1991). De la justification. Les économies de la grandeur. Paris, Gallimard.

§ Boltanski, L. & Chipello, E. (1999). Le nouvel esprit du capitalisme. Paris, Gallimard.

§ Lamont, M. & Thévenot, L. (2000). (eds.) Rethinking comparative cultural sociology: Repertoires of Evaluation in France and the United States. Cambridge, Cambridge University Press

+ Public Justification Analysis (PJA) - метод, развиваемый финской командой – Research Group for Political Sociology (HEPO), см.: Eeva Luhtakallio, Tuomas Ylä-Anttila and Markku Lonkila

# ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

## Разные истории техномодернизации четырех стран, XX-XXI века





- § Республика Корея: национальный ультралиберализм 1960-х – 1970-х годов – Пак Чонхи – чэболи – электронная промышленность и машиностроение – кризис 1997 года – либерализация политико-экономической системы в начале XXI века
- § Тайвань: недостаток ресурсов и островная индустриализация при поддержке США 1970-х – 1980-х годов – Цзян Цзинго – «превратим дом в завод» - технопарки – 1990-е – выход на лидирующие позиции в мировой IT индустрии
- § Финляндия: постсоветская техномодернизация экономики – 1990-2000 годы – Йорма Оллила и Nokia – государственные венчурные фонды – связка университетов и R&D
- § Россия: «советская модернизация» – Хрущев – космос и оружие – политико-технологическое соревнование с США 1960-х – 1970-х годов – НТР – «ускорение» и «конверсия» Горбачева – рубеж 1980-х – 1990-х годов – распад советской модели – конец 1990-х годов – декларативная модернизация Медведева 2009-2012 годов – кризис 2014 года

# ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

	Финляндская Республика	Республика Корея	Китай, Тайвань	Республика Татарстан	Новосибирская обл.	Томская обл.	Санкт-Петербург
<b>площадь региона</b>	390 903 км <sup>2</sup>	99 392 км <sup>2</sup>	36 000 км <sup>2</sup>	67 800 км <sup>2</sup>	177 800 км <sup>2</sup>	314 400 км <sup>2</sup>	1 439 км <sup>2</sup>
<b>население (чел.)</b>	5 400 000	49 779 000	23 268 087	3 800 000	2 666 407	1 070 000	4 890 100
<b>возрастное распределение</b>	Средний возраст 40.0 лет (муж.) 42.8 лет (жен.)	Средний возраст 38,4лет	Средний возраст 37,6 лет	Средний возраст 40 лет (муж.) и 42,8 лет (жен.)	Средний возраст 36.5 лет (муж.) и 41.5 лет (жен.)	Средний возраст 37,3 лет	Средний возраст 41,3 лет
<b>средняя продолжит. жизни</b>	77 лет (муж), 83 года (жен)	79,2 лет (муж), 84,7 года (жен)	75,88 лет (муж), 82,46 года (жен)	77 лет (муж), 83 года (жен)	63 года (муж), 75 лет (жен)	68,8 лет	64 года (муж) и 75 лет (жен)
<b>уровень образования (% от населения старше 15 лет)</b>	начальное 33%, среднее 39%, высшее 28%	высшее 40%	среднее 79.2%, высшее 21.8%	среднее 43,5%, средне-спец 29,6%, высшее 23%	среднее 64 %, высшее 24%	среднее 26,9%, средне-специальное 36,3%, высшее 35%	среднее 13,8 %, средне-специальное 26,7 %, высшее 31,7 %
<b>средняя зарплата (в месяц) / курс дек.2012</b>	3 040 Euros /127 600 руб.	1,868 USD /57 900 руб.	около 1,700 USD (NT\$ 56,667) /52 700 руб.	20 600 руб.	15 900_руб.	21 450 руб.	39 793 руб.

# ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

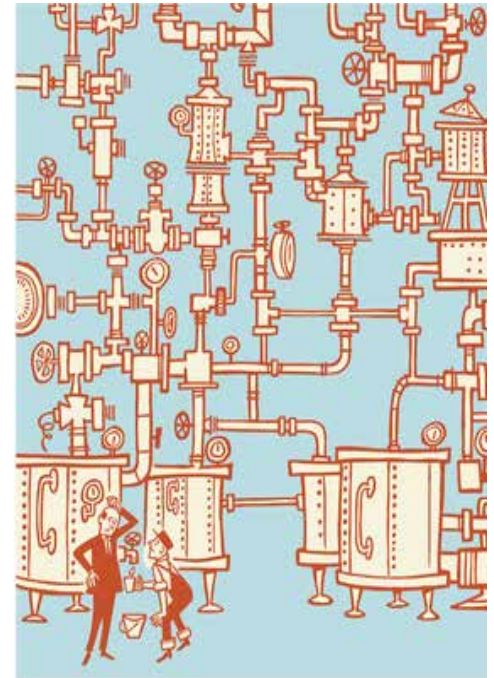
## Понимание инновации

innovaatio	товар или услуга, имеющие значительную научную составляющую, интересные потребителям и приносящие прибыль, ее создание невозможно без использования интеллектуального потенциала (главное – <b>научеёмкость</b> )	
	товар или услуга, способные принести пользу потребителям и поэтому востребована на рынке (главное – <b>полезность</b> )	
革新	новые для рынка продукты (товары/услуги), приносящие прибыль (главное – <b>прибыль</b> )	
инновация	нечто новое, не имеющее аналогов в мире, то, что не создавалось и не производилось ранее в данной научно-технологической области (главное – <b>новизна</b> )	

# ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

## Понимание инновации

- § Кода: хай-тек бизнесменов Тайваня, Кореи и Финляндии отличает от их российских коллег более рыночное и прагматичное понимание инновации.
- § Инновации для технопредпринимателей Восточноазиатских и североевропейского кейсов – это способ получения прибыли, а инновационный бизнес – это, в первую очередь, бизнес. Рыночная составляющая в целом доминирует, хотя имеются определенные оттенки в разных странах.
- § Для российских ТП инновация – это, прежде всего, уникальное изобретение, а уже потом товар; соответственно, хай-тек бизнес для них – способ самореализации, возможность заниматься научно-техническим творчеством, и лишь во вторую, или даже третью очередь – способ зарабатывать деньги.



# БИОГРАФИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ

Три основных вопроса

- § Кто и откуда приходит в высокотехнологический бизнес в сравниваемых регионах (типичные биографические траектории)?
- § Как эти люди делают свой бизнес (распространенные сценарии и бизнес-стратегии при создании малых и средних компаний в хай-тек сфере)?
- § Почему люди решают заняться наукоемким бизнесом (мотивы создания своего дела)?



# БИОГРАФИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ

## Кто и куда?

- § Научные сотрудники академических институтов, отраслевых НИИ или университетов решают коммерциализировать свои ноу-хау, для чего организуют старт-ап на грантовые деньги (часто при университетском бизнес-инкубаторе или технопарке)
- § Наемные специалисты в крупной компании организуют свою фирму, которая обычно возникает как индустриальный спин-офф
- § Бизнесмен из нетехнологического сектора приходит к хай-тек сфере, поскольку хочет модернизировать свое производство, увеличить конкурентноспособность, продвигать оригинальный продукт и т.п.

Кода: в российских кейсах наиболее распространен один сценарий, бывшие ученые – основной кадровый резерв хай-тек бизнеса в РФ



# БИОГРАФИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ

Кто и куда?

Два поколения российских технопредпринимателей:

§ «советское» – старше 40 лет на момент исследования

§ «постсоветское» – 25-35 лет

Кода: в отличие от «советского» поколения, молодые технопредприниматели в России представляют собой новую генерацию прагматиков, людей, готовых к умеренному риску и действующих в тех условиях, которые имеются в наличии

# БИОГРАФИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ





Как?

страна				
<b>бизнес-планы</b>	пишут скрупулезно, по многу раз, это документ для себя	серьезно составляют и для себя и для инвесторов/партнеров	пишут по стандартным формам	не обязательно пишут; часто пишут формально, только для инвестора/фонда
<b>стартовый капитал</b>	Личные накопления, государственные и частные венчурные фонды, бизнес-ангелы	родственники, личные накопления, венчурные фонды	государственные и частные венчурные фонды	Родственники и друзья, государственные программы и венчурные фонды
<b>ориентация на рынок</b>	глобальный	глобальный	глобальный	локальный, иногда - глобальный
<b>горизонт планирования</b>	продолжительный: До 7 лет – по бизнесу, до 15 лет по технологии	продолжительное: 5-7 лет по бизнесу, до 10 лет по технологии	среднее: 3-5 лет – по бизнесу; 5-7 лет по технологии	короткое: 1-2 года по бизнесу; 3-5 года – по технологии

Кода: российские инноваторы действуют в ситуации институциональной неопределенности, что провоцирует короткий горизонт планирования и трудности для разработки и продвижения продуктов на международный рынок, поэтому они концентрируются в основном на импортозамещении.

# БИОГРАФИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ

Почему? Типичные мотивы вовлечения в хай-тек бизнес  
(по мере убывания значимости)

	<ol style="list-style-type: none"><li>1) обрести самостоятельность в планировании и характере работы</li><li>2) коммерциализировать свои разработки (ноу-хау)</li><li>3) попробовать себя в новом</li></ol>
	<ol style="list-style-type: none"><li>1) приобрести известность и общественное признание</li><li>2) иметь стабильно растущий доход</li><li>3) обрести самостоятельность</li></ol>
	<ol style="list-style-type: none"><li>1) зарабатывать деньги</li><li>2) обрести самостоятельность</li><li>3) создать успешную фирму, развивать «свое дело»</li></ol>
	<ol style="list-style-type: none"><li>1) творить, саморазвиваться, заниматься интересной работой, попробовать себя в новом</li><li>2) неудовлетворенность прежним местом работы</li><li>3) создавать «нужные людям штуки»</li></ol>

# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

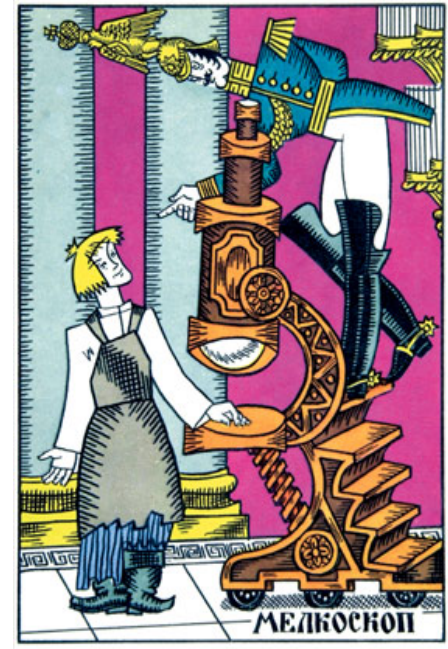
## Моральная социология Болтански и Тевено. Основные категории

- § Мир критики и оправдания рассматривается как идеальная модель компетенции, с которой можно соотносить практические способности людей, пытающихся обосновать справедливость своих суждений, выстроенных иерархически по отношению к высшему принципу.
- § Высший принцип – это принцип, в соответствии с которым выносятся суждения о действиях, вещах и людях в ситуации критики и оправдания
- § Шкала оценивания – специфический для того или иного мира способ классификации общезначимых качеств субъектов и объектов окружающей действительности, которые ранжируются в зависимости от степени проявления ими значимых качеств.
- § Каждый мир конституируется типичными для него субъектами / значимыми ролями / навыками акторов и особыми объектами, которые определенным образом локализованы в социальном пространстве.

# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

Миры критики и оправдания по Болтански и Тевено

- § рыночный (price, wealth)
- § индустриальный (productivity, efficiency)
- § вдохновения (creativity, grace)
- § патриархальный (tradition, authority)
- § гражданский (collective interest, solidarity)
- § известности (celebrity)
- § проектный (network, mobility)



# МИР РЫНКА

Шкалы оценивания	Репрезентация в транскриптах интервью
высший принцип	<b>конкуренция</b> , соревновательность
положение великого	желанность, уникальная ценность, престижность
достоинство (формы проявления значимых качеств)	высокая покупательская способность и капитализация, соревновательная натура, рентабельность, эгоистический интерес
суждение (способ оценивания)	рынок, цена, спрос, бабло, money, финансовые маркеры, конкурентоспособность, рентабельность, финансово-измеряемый результат, доход, окупаемость
субъекты («великие» и «малые»)	<b>Великие:</b> бизнесмены, менеджеры, инвесторы, конкуренты, клиенты, субподрядчики, покупатели, бизнесовые ребята <b>Малые:</b> неделовые/жадные/некредитоспособные люди/фирмы
естественные отношения (что делают/хотят делать?)	<i>обмен, товарные отношения;</i> зарабатывать, заработать больше, чем приятель, покупать, продавать, накапливать, торговаться, быть первым, захватить рынок, стать лидером на рынке коммерциализировать разработки
объекты и диспозитивы	товары, торговая марка, деньги, акции, капитал, счета в банках, кредитные портфели/линии, предметы роскоши, богатство, линейка продукции
локализация в экосистеме	бизнес-инкубаторы, биржи, венчурные фонды, магазины, банки, рынки
понимание труда	отделенный от личности товар
представление о хай-тек бизнесе	перспективный способ стать богатым; высокие риски могут обернуться большими прибылями
представление о фирме	инструмент для умножения прибыли
граница-отношение между домом и работой	в некоторых случаях есть, в некоторых - нет
падение	зависимость от денег; пренебрежение честной конкуренцией; обман партнеров, инвесторов, клиентов ради максимизации прибыли

# ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ МИР

Шкалы оценивания	Репрезентация в транскриптах интервью
высший принцип	<i>эффективность</i>
положение великого	профессиональный, результативный, надежный, компетентный, функциональный, проверяемый, научно-обоснованный, инновационный
достоинство (формы проявления значимых качеств)	работоспособность, компетентность, функциональность, измеримость, стандартность, организаторские способности, производительность, качественный, имеющий производственный опыт
суждение (способ оценивания)	<i>показатели эффективности</i> ; качественный продукт, введенный в эксплуатацию; серийный, представленных в научных статьях, на конференциях, соответствующий ГОСТам, нормам и стандартам; когда собранное работает; оптимальные инженерные решения
субъекты («великие» и «малые»)	<u>Великие</u> : <i>профессионалы</i> : эксперт, дипломированный специалист, инженер, ученый, технолог, инноватор, изобретатель, производственник. <u>Малые</u> : ремесленник, неспециалист, дилетант, технологически отсталый, несовременный, мистик
естественные отношения (что делают/хотят делать?)	<i>организованная система функциональной связи</i> ; производить, разрабатывать, настраивать, запускать, быстро соображать, внедрять, налаживать технологическую цепочку, обеспечивать качество, соответствовать техзаданию, создавать новые инженерные решения; видеть свою разработку, реализованную в жизнь
объекты и диспозитивы	разработка, прибор, размер, стандарт, схема, модель, факторы, технологический комплекс, машины, система управления, патент, инферограмма, спектр, планирование, плазменные технологии, тепловая установка, калориметр, качества поверхностного слоя, система с обратной связью, метод, чертеж, станки с ЧПУ, детали, опытные образцы
локализация в экосистеме	научные институты, заводы, лаборатории, технопарки, специализированные конференции и выставки, центры технического превосходства, R&D отделы крупных компаний, университеты
понимание труда	рациональный способ расходовать трудовые ресурсы, которые оцениваются в зависимости от компетентности трудящегося
представление о хай-тек бизнесе	способ совмещать производство и разработку новых технологий, научная/инженерная деятельность прикладного характера
представление о фирме	завод, производство, частная научная лаборатория или НИИ, который разрабатывает технологические инновации
граница дом-работа	строго разделены
падение	стремиться к эффективности не считаясь с методами - относиться к людям как к вещам (инструментально); непрозрачность системы для тестирования внешними экспертами

# МИР ВДОХНОВЕНИЯ

Шкалы оценивания	Репрезентация в транскриптах интервью
высший принцип	<i>творческий порыв</i> : вдохновение, озарение
положение великого	возвышенное, страстное, спонтанное, эмоциональное, просветленное, иррациональное, за границами обыденного
достоинство (формы проявления значимых качеств)	творческие способности, оригинальность и нестандартность мышления, страсть, чувствительность, изобретательность, восприимчивость, богатое воображение
суждение (способ оценивания)	<i>творческий (спонтанный) поиск</i> ; решение приходит подобно вспышке, как озарение; особая атмосфера, случай, интуиция, появляться, удача, случай, кипение, переворот, головокружение, превзойти самого себя
субъекты («великие» и «малые»)	<b>Великие</b> : творцы, создатели, безумцы, художники, гении, мистики, «богом поцелованные» инноваторы: «те, у кого есть какое-то масло в голове». <b>Малые</b> : работающий по расписанию приземленный потребитель, лишенный воображения профан, обыватель
естественные отношения (что делают/хотят делать?)	<i>реальность воображения</i> ; состояние энергии свободного сознания; творить, открывать, любить, создавать новое, ваять, созидать, порождать, гореть на работе, нестандартно мыслить, заниматься любимым делом, решать интересные задачи, переживать уникальный опыт, воплощать себя в самолетах,
объекты и диспозитивы	знаки, духи, вспышки осознания, аналогии, аура, своя лаборатория, мечта, озарения, сакральные предметы
локализация в экосистеме	лаборатории, опытные производства, университеты, конференции, семинары по духовному росту и развитию творческих способностей, брейн-штурмы, храмы, монастыри, места для медитаций
понимание труда	творческая самореализация, связанная с приобретением нового знания/ опыта и производством/трансляцией оригинальных смыслов, идей, технологических решений – «штырит от решения сложных задач»
представления о хай-тек бизнесе	техническое и организационное творчество для производства смыслов, открытий, революционных инноваций
представления о фирме	одновременно организационная структура и сообщество единомышленников, способствующие реализации инновационных проектов
граница-отношение между домом и работой	граница размыта – работают дома, могут жить на работе
падение	<i>соблазн возвращения на землю</i> ; воспроизводство рутины, заострение в привычном, обыденном



# ДОМАШНИЙ МИР

Шкалы оценивания	Репрезентация в транскриптах интервью
высший принцип	<i>следование традиции</i>
положение великого	старший, превосходящий в иерархии, опытный, отец, достойный доверия, преданный, хранящий традиции предков
достоинство	авторитет, положение в иерархии, преданность, честность, тактичность
суждение (способ оценивания)	уважение, репутация, преданность фирме традиция, иерархия, семья, лояльность, общий опыт, тесные связи, воспитанность, манеры
субъекты («великие» и «малые»)	<u>Великие</u> : предки, отец, старшие, наставник, начальник, босс, патрон, руководитель фирмы/института, королевская династия Чосон, татарский хан. <u>Малые</u> : младшие, дети, женщины, иностранцы, холостяки
естественные отношения (что делают/хотят делать?)	<i>семья, клановая система</i> ; рекомендуют, договариваются, воспитывают, воспроизводят, наследуют, делаются опытом, уважают этикет, поздравляют, упрекают, соблюдают обряды поклонения предкам
объекты и диспозитивы	родословная, семейные реликвии: фотоальбомы, письма, записные книжки, награды; правила этикета, подарки, титулы
локализация в экосистеме	родительский дом, свадьбы, клубы, застолья, кулуары, дни рождения, домашний очаг, семейное кладбище
понимание труда	труд, направленный на поддержание «домашнего очага»
представление о хай-тек бизнесе	способ организации жизни и заработка для «близкого круга» родственников и «своих людей»
представление о фирме	трудовая семья
граница-отношение между домом и работой	границы размыты
падение	<i>утрата традиционных ценностей</i> ; бесцеремонность, невоспитанное поведение, бросающее тень на происхождение и семью

# ГРАЖДАНСКИЙ МИР

Шкалы оценивания	Репрезентация в транскриптах интервью
высший принцип	<i>коллектив</i> , общая воля
положение великого	<i>представительный</i> , законный, уполномоченный
достоинство	равенство, участие, принадлежность к группе, разделение общего блага, законность, единство, коллективность
суждение (способ оценивания)	<i>голосование</i> : выборы, участие в общем деле
субъекты («великие» и «малые»)	<u>Великие</u> : коллективы и их представители, ассоциации, профессиональные союзы, трудовые коллективы, члены <u>Малые</u> : индивидуалисты, частники, самоуправцы
естественные отношения (что делают/хотят делать?)	<i>солидарность</i> : заботится о трудовом коллективе; объединяться в профессиональные ассоциации; улучшать качество жизни населения; производить общественно полезные продукты; коллективно обсуждать, создавать ассоциации, оказывать помощь нуждающимся
объекты и диспозитивы	социальная ответственность, продукты, полезные людям; инновации, облегчающие жизнь потребителей, коллективный трудовой договор, устав
локализация в экосистеме	профессиональная ассоциация, ассамблея, конгресс, собрание трудового коллектива, профсоюз
понимание труда	неоплачиваемая работа на общественных началах
представление о хай-тек бизнесе	специализированная отрасль по созданию и производству наукоемких технологий и услуг, имеющих общественно полезное значение, но также несущее определенные угрозы в силу своей непрозрачности для общественного контроля
представление о фирме	коллективное партнерство коммерческой направленности
граница-отношение между домом и работой	иногда есть, иногда - нет
падение	<i>индивидуальный</i> ; изолированный, незаконный, социально безответственный, частный

# ПРОЕКТНЫЙ МИР





Шкалы оценивания	Репрезентация в транскриптах интервью
высший принцип	<b>включенность</b> ; сеть, активность
положение великого	<i>активный</i> ; мобильный, гибкий, толерантный, коммуникативный, информированный
достоинство (формы проявления значимых качеств)	<i>участие</i> ; креативность, репутация, адаптивность, узел сети, интерактивность, включенность
суждение (способ оценивания)	репутация, договороспособность, надежность, оперативность, реактивность, доверие
субъекты («великие» и «малые»)	<b>Великие:</b> <i>посредники и координаторы проектов</i> ; привлеченные консультанты; команда проекта, кризисные менеджеры, коучеры, фандрайзеры, новаторы, независимые эксперты, хедхантеры. <b>Малые:</b> офф-лайн, исключенные, пассивные, медленные лузеры
естественные отношения (что делают/хотят делать?)	<i>посредничество</i> , сетевой проект; кооперироваться, координировать, связывать, самоорганизовываться, создавать сети, заниматься «любимым делом», постоянно быть в доступе, работать в команде
объекты и диспозитивы	сети, интернет-пойнты, визитки, резюме, социальные сети, доступ, телефонные книжки, списки рассылки, адреса электронной почты, техзадание, дедлайн, отсутствие рутины, равный трудовой ритм
локализация в экосистеме	интернет, социальные сети, блогосфера, закрытые клубы и профессиональные сообщества, хедхантинговые агентства, скап-конференции
понимание труда	аутсорсинг, работа по созданию и поддержанию репутации в сети
представление о хай-тек бизнесе	последовательность проектов
представление о фирме	команда
граница-отношение между домом и работой	в значительной степени размыта
падение	<i>пассивный</i> ; офф-лайн, негибкий, рутинный

# МИР ИЗВЕСТНОСТИ

Шкалы оценивания	Репрезентация в транскриптах интервью
высший принцип	<i>мнение публики</i>
положение великого	<i>известный</i> ; прославленный, признанный, пользующийся успехом, бросающийся в глаза, популярный
достоинство (формы проявления значимых качеств)	<i>поиск признания</i> ; самолюбие, поиск уважения у публики, правильное позиционирование, репутация
суждение (способ оценивания)	<i>признанность, успех, слава</i> ; рейтинг, признание на мировом рынке, мода, слухи, резонанс, кто у кого берет автограф, широкая тиражированность бренда, популярность у аудитории
субъекты («великие» и «малые»)	<u>Великие</u> : «звезды», «первые лица» государств/ компаний, популярные артисты, ученые, спортсмены, писатели, журналисты, компания номер один. <u>Малые</u> : публика, поклонники, неизвестные, обычные, сливающиеся с массой
естественные отношения (что делают/хотят делать?)	<i>публичный имидж, образ</i> ; «звезда» — аудитория, публика, целевая группа; светиться в медиа, тусоваться, выставляться, добиваться признания, правильно себя продвигать/ позиционировать, быть первыми, соревноваться за первенство
объекты и диспозитивы	грамоты, журналы, ТВ, рекламные носители, сувениры, товарные знаки/ бренды, информационная рассылка, бейдж, рекламная компания, PR, публичная раскрутка, лампочка, которую Путин держал в руках;
локализация в экосистеме	медиа-площадки, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей, выставки, театры, клубы, светские рауты, мастер-классы, венчурные ярмарки
понимание труда	работа по созданию имиджа, привлекающего внимание, ориентированного на достижение самого широкого признания
представление о хай-тек бизнесе	актуальная площадка, чтобы стать известным
представление о фирме	инструмент привлечения общественного признания
граница-отношение между домом и работой	строгое разграничение
падение	<i>померкнувшая слава</i> ; утрата узнаваемости и внимания, незаметность, банальность, безразличие публики

# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

## Критерии успеха

	§«лишь немногие из нас стремятся добраться до звезд, большинству достаточно добраться до вершины дерева» §«успех не только финансовый, но и технологический» §«успевать не только работать, но также уделять внимание детям, семье»
	§«когда ты сам чувствуешь удовлетворенность, представляя продукцию, которая может быть оценена другими» §«чтобы потребители пользовались нашими устройствами и не испытывали неудобств»
	§«появится прибыль, а я буду пользоваться всеми соответствующими благами жизни» §«занять свою нишу на международном рынке» §«азарт заработать много денег, совладать со сложными деловыми §организационными, техническими задачами»
	§«сделать технологию, которая изменит жизнь людей» §«на работу каждый день ходить с удовольствием» §«когда не нужно считать, хватит ли денег в магазине»

Кода: для ТП сравниваемых стран (за исключением Тайваня) успех определяется не только через рыночную шкалу. Для них также важны критерии успеха, отсылающие к другим мирам (индустриальному, домашнему, проектному, вдохновения).

# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

Три основанных модели публичной артикуляции отношения к деньгам:

- 1) деньги важны, они – цель и мера успеха (Тайвань, отчасти Финляндия)
- 2) деньги важны, но не самоценны, они средство, а не цель (Петербург, Корея, Татарстан)
- 3) деньги второстепенны (Новосибирск, Томск)

Кода: большинство ТП не считают максимизацию прибыли главным критерием своего успеха, который далеко не всегда измеряется в рыночных шкалах. Особенно строго табуирована ценность денег в российских интервью.



# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

## Труд vs. творчество

- Трудолюбие является неотъемлемой частью корпуса традиционных ценностей в Финляндии и на Тайване. Похожие нарративы мы находим и в случае Татарстана.
- В остальных изученных регионах России (Петербург, Томск, Новосибирск) информанты не упоминали трудолюбие совсем среди значимых ценностей и моральных ориентиров. В их интервью мы находим много рассказов про «любовь к своему делу», к своей работе, к науке, к технике, к разработке, но не находим любви к труду как таковому.
- Любовь к труду для советского человека – затасканный идеологический штамп. Идеологизация и выхолащивание понятия труд происходили на фоне создания системы ГУЛАГа, миллионы заключенных занимались принудительным трудом и в лагерях.
- «Страна рабоче-крестьянского советско-коммунистического строительства должна быть также страной коллективного творчества в области техники и улучшения методов труда» (Дзержинский, 1922).

# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

## Труд vs. творчество

Для российских ТП важно делать то, что любишь, а не любить то, что делаешь. В такой системе ценностей важно не быть трудолюбивым, важно заниматься любимым делом.

Кода: приверженность творчеству является одной из важнейших особенностей российского инновационного контекста, отличая его и от восточноазиатских и от европейских кейсов.





# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

Анализ 153 биографических интервью с хай-тек бизнесменами России, Финляндии, Тайваня и Южной Кореи позволяет говорить, что наиболее частотно встречающиеся в них логики восходят к шкалам оценивания четырех миров:

- 1) индустриального
- 2) рыночного
- 3) домашнего
- 4) проектного

Аргументы связанные с шкалами гражданского мира и мира известности сравнительно редко встречались в наших интервью.

# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

Устойчивые композиции миров и шкал оценивания, характерные для технопредпринимателей четырех стран (по мере умаления значения)

страны



доминирующие миры (логики)

1) индустриальный, 2) вдохновения, 3) рынка



1) проектный, 2) рынка, 3) индустриальный



1) домашний, 2) индустриальный, 3) рынка



1) рыночный, 2) домашний, 3) индустриальный

# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

- 1) Участники мировой «экономики знаний» по большей части воспринимают «реальность» через оптику технократического (индустриального) мира — ориентированного на критерии функциональности и эффективности (за исключением Тайваня, где фиксировалась преимущественно рыночная логика).
- 2) Вторая по значению логика, через которую выстраивают ТП четырех стран выстраивали биографические нарративы восходит к шкалам рыночного мира (за исключением России).
- 3) Можно сказать, что для большей части интервью характерен компромисс аргументов индустриального и рыночного миров.
- 4) Но здесь нам важны не сходства, а различия рассматриваемых кейсов, а прежде всего специфика России, для которой иностранные кейсы служат семантическими «зеркалами».

# ДИСКУРСИВНЫЙ УРОВЕНЬ

Характерное отличие российских ТП от «восточноазиатских» и «европейских» коллег в том, что россияне значительно чаще обращались к аргументам мира вдохновения.

Для российских технопредпринимателей

- § научно-техническое творчество интереснее и важнее бизнеса, бизнес – простой и скучный
- § производимый продукт должен приносить не прибыль, а пользу людям, позитивно влиять на жизнь человека
- § как следствие, в российских хай-тек компаниях нередко проблемы с бизнес-планированием и маркетингом – они плохо умеют себя продавать

# ВЫВОДЫ

Почему мир вдохновения так важен для технопредпримателей в России?

С одной стороны, это наследие советского опыта, а с другой – результат незавершенности либеральных реформ 1990-х годов.



# ВЫВОДЫ

Почему мир вдохновения важен для технопредпринимателей в России?

## 1. Наследие советского опыта:

- § табуирование денег как социально значимой ценности
- § работа должна иметь творческий характер («реализация мысли в металле»)
- § трудолюбие дискредитировано опытом обезличенного, принудительного, идеологизированного труда
- § быть трудолюбивым не обязательно, важно заниматься любимым делом (личный выбор, эмоциональная вовлеченность)

Кода: «нельзя заниматься нелюбимым делом ради денег» – этот подход акцентирует приоритет ценностей мира вдохновения, опирающегося на аффективное отношение к реальности, и отрицающего прагматику рыночного мира.

# ВЫВОДЫ

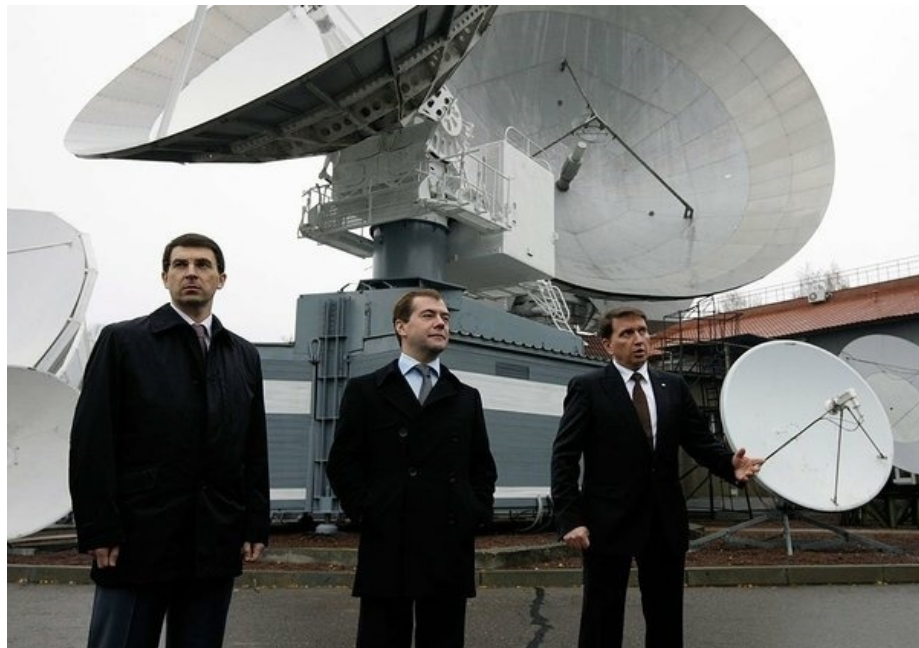
Почему мир вдохновения важен для технопредпринимателей в России?

2. Незавершенность либеральных реформ 1990-х годов:
  - § представление о предпринимательстве как о достойном занятии не закрепилось в постсоветском обществе
  - § для большинства технопредпринимателей государство остается главным контрагентом
  - § предприниматели пока не осознали себя в качестве особой социальной группы, со своей системой морально-этических координат, то есть специфических для бизнес-сообщества шкал оценивания

Кода: логика рыночного мира так и не стала легитимной в обществе с «порядком ограниченного доступа» (North, Wallis, Weingast 2009), потому предприниматели прибегают к иным шкалам оценивания.



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!





# ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ & TEXTS IN THE PROCESS



Исследовательские отчеты доступны:

- § на сайте РОСНАНО: [www.rusnano.com](http://www.rusnano.com)
- § на сайте Центра STS ЕУСПб [www.eu.spb.ru/research-centers/sts/projects/item/4417-technological-entrepreneurship](http://www.eu.spb.ru/research-centers/sts/projects/item/4417-technological-entrepreneurship)

Коллективная монография:

- § Кросс-культурные исследования технологического предпринимательства / Под ред. Б.Гладарева и О.Хархордина. СПб.: Изд-во ЕУСПб, 2015 (forthcoming).