

Олег Хархордин, ЕУСПб

kharkhor@eu.spb.ru

## ОБРЕЧЕНЫ ЛИ МЫ НА ТВОРЧЕСТВО?: КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Насколько российские культурные особенности являются препятствием или способствуют развитию высокотехнологичных производств в современной России? Насколько они могут быть использованы для трансформации страны в высокоразвитую экономику, опирающуюся не только и не столько на экспорт природных ресурсов, но и на хай тек индустрии? Такой вопрос встал перед группой исследователей Европейского университета в С. Петербурге в ходе дискуссий о недавних попытках российского правительства резко ускорить или модернизировать нашу экономическую систему. Например, есть ли какие-то распространенные практики, свойственные преимущественно российской культуре, с которыми надо считаться, или на которые надо опереться, если мы пытаемся развить высокотехнологичное предпринимательство и наукоемкие производства по всей стране, а не только в анклавах типа Сколково? Наше исследование попыталось ответить на этот вопрос.<sup>1</sup>

При подготовке дизайна исследования большинство экспертов обоснованно говорили, что основные проблемы в развитии технопредпринимательства в России связаны с политэкономическими или юридическими факторами – например, с высокой монополизацией российской экономики, с невозможностью надежно защитить право собственности в суде – как на фирму, так и на патент, и т.п. Но если бы мы добились всех нужных институциональных реформ, и приняли бы все нужные законы, то как можно было бы тогда, в чистом виде, оценить влияние культурных факторов на развитие технопредпринимательства в России? Вопрос был особенно интересен в сравнении с режимами недемократических Тайваня и республики Корея 1960-70х гг. Когда они начинали модернизацию своих экономик, их политическая система во многом характеризовалась авторитаризмом, коррупцией, кумовским капитализмом и контролем секретных служб над основными экономическими акторами и многими их решениями – то есть ситуация была похожа на то, как многие политологи сейчас описывают Российскую Федерацию. В такой ситуации, тем не менее, эти страны смогли совершить экономический рывок. Учитывая, что культуры не меняются так быстро, как сменяются политические режимы или даже экономические системы, мы решили сравнить повседневные практики технопредпринимателей в этих странах с российскими, добавив еще один кейс – Финляндию – как пример классической протестантской культуры, близкой, как мы знаем из Макса Вебера, самому духу капитализма.

---

<sup>1</sup> Исследование “Выявление индивидуальных моделей поведения (механизмов самореализации, стратегий достижения успеха), влияющих на эффективность деятельности инновационных, высокотехнологичных компаний” проводилось сотрудниками Центра изучения науки и технологии ЕУСПб с сентября 2011 года по март 2013 года при поддержке Фонда инфраструктурных и образовательных программ корпорации РОСНАНО.

Мы сконцентрировали свое внимание на оценке связи механизмов построения идентичности, с одной стороны, и успехов по внедрению инноваций на производстве или по реализации новых высокотехнологичных продуктов на рынке, с другой. Заметим сразу же, что в теории повседневных практик разница в культурной идентичности — это не разница ответов на вопрос «что?» (типа «русский — это X», «немец — это Y»), а разница в методах нахождения ответов на вопрос «что значит быть русским или немцем?» Например, культуры внутри христианства отличаются тем, опираются ли они на приватно-исповедальные методы самопознания и нахождения собственной идентичности или на публично практикуемые покаянные. Первые разработали основатели западного монашества, такие, как Бенедикт Нурсийский и Иоанн Кассиан Римлянин, вторые — такие отцы церкви, как Тертуллиан и Иероним. Этот контраст, возможно - ключевой для христианской Европы, что показали недавние труды как зарубежных теоретиков типа Мишеля Фуко (Foucault 1993, Фуко 1996), так и отечественных, например, недавно ушедшего от нас заместителя директора Института русского языка РАН и одновременно профессора Калифорнийского университета в Беркли Виктора Живова (2008, 2009).

Я бы сформулировал основной контраст между христианскими культурами так: если западно-христианские исповедальные методы самопознания толкают человека к анализу собственных чувств и переживаний (в одиночку, т.е. с помощью интроспекции, или с помощью духовника или психоаналитика), методы самопознания, основанные на восточно-христианских покаянных практиках, заставляют искать значимую самооценку в мнении релевантного для тебя сообщества, которое время от времени обзревает поступки, свидетельствующие о твоей личности. Тебе помогают надеть себя личностью, которую ты получаешь, посмотрев, как отражаются совершенные тобой поступки в мнении релевантной для тебя группы. Такую структуру нахождения себя можно назвать обличительно-покаянной: следуя ей, в раннем христианстве люди обличали себя особыми (покаянными) делами перед братией или приходом; в XX веке обличали себя делами, выказывающими либо сознательного строителя коммунизма, либо – в либеральных версиях этих практик - достойную и свободную личность. Обличение как практика понимается здесь в древнем, более фундаментальном смысле: не как критика кого-либо, а как об-личение, т.е. надление кого-либо лицом или личностью (см. Хархордин 2002). Обличение ведет к явлению нам личности кого-либо, как обнищание - к нищете, обучение – к учености, а объяснение – к ясности.

Как сформировалась эта центральная роль покаянных практик самопознания для российской культуры? Моя гипотеза, сформулированная в книге “Обличать и лицемерить”, указывала на восточное православие, которое было радикализовано советской реформацией повседневных практик построения коллектива и личности. Дискурс был атеистический, но форма, как заметил еще Николай Бердяев, была квази-религиозной. Создать коллектив на каждом предприятии — это эпохальная задача, сродни идее сектантов основать монастырь в каждой деревне. Православных культур в мире много — и, например, Греция вообще не пошла по пути подобного радикализма. Но только в СССР заставляли каждого соответствовать святому облику строителя коммунизма, т.е. требовали святости в повседневной жизни и поддерживали это всепроникающим горизонтальным надзором, когда за тобой следил прежде всего сосед или коллега, а потом уже органы. Отчасти это связано с тем, что в

протестантизме и реформированном под его влиянием католицизме познание себя основано на коммуникации с Богом в своей душе, на интроспекции, когда человек в одиночку анализирует не только свои чувства и движения души, но и объективные технические или экономические критерии своих достижений. У нас же православные практики конструирования самооценки могут опираться иногда вообще только на мнение группы, не скованное никакими техническими или экономическими показателями. Как писал еще Джордж Кеннан, известный дипломат и автор теории сдерживания мировой экспансии СССР: самая важная сторона жизни в Советском Союзе — это то, что социальная реальность там не зависит от Бога или от технически проверяемых критериев; вся жуть советской действительности проистекает из того, что реальным там является то, за что проголосовала группа (Kennan 1967: 562).

Наше исследование, как казалось, давало возможность оценить состояние этих практик сейчас. Конечно, интересно было посмотреть, насколько после распада СССР методы самопознания, основанные на покаянных практиках, сохранились, ослабли или трансформировались. Но главный вопрос, центральный для нашего исследования, был следующим: как все эти механизмы формирования и познания личности связаны с нынешними практиками технопредпринимательства? Первоначальной гипотезой исследования стало следующее. Если у технопредпринимателей Европы и Северной Америки самоанализ больше основывается на западнохристианских практиках частной исповеди или прямого общения с Богом (*communion with God*), и поэтому они способны на игнорирование мнения внешнего сообщества, ориентируются больше на экономические и технические критерии как показатель своей успешности, то предприниматели, опирающиеся на восточно-христианские публично-обличительные методы познания себя, больше опираются в самопознании на оценку их дел значимых для них сообществом, чем на объективные экономические или технические показатели деятельности. Это и ведет к тому, что первые производят больше технических устройств, нужных для комфортной жизни, в то время как вторые часто довольствуются признанием коллег и не доводят свои изобретения или инновации до стадии коммерциализации и серийного производства.<sup>2</sup> Для сравнения с регионами РФ тогда логично было взять кейс протестантской европейской страны, коей для нас стала Финляндия, а среди восточно-азиатских стран – Корею, где доля протестантского населения резко возросла в течение XX века, и Тайвань, где этого не произошло.

Основной эмпирической базой для нашего исследования стали более 200 биографических и экспертных интервью, взятых осенью 2011 – весной 2012 гг. в четырех регионах России (С. Петербург, Татарстан, Новосибирск, Томск) и в 3 зарубежных странах - в Корею, на Тайване и в Финляндии.<sup>3</sup> В некоторых

<sup>2</sup> Лорен Грэм, прочитавший похожую гипотезу в нашем предварительном докладе 2010 г. “История технических прорывов в Российской империи в XVIII – начале XX вв.: уроки для XXI века?” ([http://eu.spb.ru/images/projects/istoria\\_proryrovXVIII-XIX.pdf](http://eu.spb.ru/images/projects/istoria_proryrovXVIII-XIX.pdf), последний доступ 1 апреля 2014) назвал ее “объяснением через аттитюды” (Graham 2013: 104), и потому в настоящем исследовании мы сконцентрировались на практиках, а не на ценностях или аттитюдах.

<sup>3</sup> В С. Петербурге (где шел пилотный проект) было проведено 18 экспертных и 27 биографических интервью, всего – 45; в Татарстане – 11 экспертных и 21 био, всего – 32; в Новосибирске – 11 и 15 соответственно, всего – 26; в Томске 11 и 20, всего – 31. В Финляндии не делались экспертные интервью, было взято 20 биографических. Та же ситуация была на Тайване, где было взято 15 биографических интервью. В Южной Корею сделано 5 экспертных,

случаях также проводилось краткое включенное наблюдение, но результаты его не используются в данной статье. Я опираюсь в ней преимущественно на результаты семи исследовательских отчетов (4 – по регионам РФ, 3 – по другим странам) и на цитаты из интервью, попавшие в эти отчеты, собранные вместе в один том приложений к основному итоговому отчету по проекту. Иногда для более полного цитирования и реконструкции контекста я обращался и к полным текстам собранных интервью. Моя задача в этой статье – обобщить то, что мы нашли в четырех исследовавшихся российских кейсах с точки зрения разницы культур (как между странами, так и между российскими регионами) и прежде всего – с точки зрения разницы в практиках самопознания и самоформирования.<sup>4</sup>

Конечно, некоторым может показаться странным, что единицами сравнения выступали регионы РФ и целые зарубежные страны, а не регионы этих стран. Тем не менее, мы посчитали такой подход оправданным. Во-первых, исследования особенностей технологического роста, например, в Китае показывают, что есть настолько значимые и серьезные региональные различия, что такую обширную страну как Китай не стоит анализировать без учета этих региональных различий (Breznitz and Murphree 2011: 8-9). В наших отчетах регионы РФ поэтому тоже рассматривались как специфические инновационные эко-системы, сравнимые с другими эко-системами. Во-вторых, мы использовали данные по зарубежным странам не для тщательного анализа их инновационных эко-систем или культур, а для того, чтобы на контрасте с их культурными особенностями заметить особенности крупных российских регионов. Культуры таких достаточно гомогенных наций, как Южная Корея, Тайвань или Финляндия, позволяли проводить интересные кросс-культурные контрасты, так как региональная вариация практик самопознания или самоформирования в этих зарубежных странах не должна была быть сильной.

Исследователи в нашем проекте почти сразу же столкнулись с ситуацией, когда интервьюируемые мало, если вообще, говорили о практиках самопознания и самоформирования. Иногда казалось, что до интервью, возможно, они вообще об этом и не задумывались. Иными словами, замечания об этих практиках артикулировались многими нашими респондентами так, как если бы они рефлексировали об этом впервые. Получается, что, как мы и ожидали, практики самопознания имеют “фондовый” характер, т.е. о них редко

---

15 био, всего – 20. И был еще особый случай – 12 биографических интервью с российскими гражданами, являющимися этническими корейцами, переехавшими недавно работать в Южную Корею. Итого было собрано 47 экспертных и 153 биографических интервью, т.е. всего - 201.

<sup>4</sup> В дальнейшем изложении респонденты цитируются с указанием страницы одного из двух финальных отчетов по исследованию, которые находятся по адресу: <http://eu.spb.ru/research-centers/sts/projects/item/4417-technological-entrepreneurship>, раздел “Отчеты”, где указаны также и авторы отдельных отчетов (последний доступ 1 апреля 2014 г.). Региональные отчеты цитируются по одному сводному тому приложений со сквозной нумерацией страниц. Регионы РФ закодированы в цитатах как Нск, СПб, Тат, Том. Зарубежные кейсы - как Кор, Тай, Фин. Пример цитирования – Santeri, 1967 г.р., Фин 211; или Александр, 1963 г.р., Нск 385. Цифра означает номер страницы сводного тома региональных отчетов. Главный итоговый отчет обозначен как Ит с цифрой страницы; если в нем упомянуты региональные респонденты, то указывается регион респондента, например: “Виктор, 1956 г.р., Тат – Ит 112” означает, что Виктор 1956 года рождения цитируется в итоговом отчете по проекту на стр. 112, а не в отчете по Татарстану. Все имена респондентов были закодированы для обеспечения неразглашения идентичности.

задумываются, хоть ими иногда занимаются постоянно, как бы квази-автоматически. Человек – если он здоров - постоянно дышит, но не замечает, что он дышит. Также и с практиками, которые исследовали мы – они являются предпосылками или условиями размышлений на тему “кто я?” или “какова я есть?”, но сами эти практики сложно “зацепить” в интервью. Тем не менее, отдельные аспекты этих практик иногда схватывались строками ответов в интервью, даже если респондент не тематизировал их как особый объект наблюдений, говорил о них как бы проходя, упоминая невзначай, как малозначимый или незначимый антураж или фон действия. Я обобщу в этой статье то, что мы нашли.

Обильное цитирование в этой статье – это следствие особенностей эмпирической базы данного исследования и стоявшей перед исследователями задачи - показать культурные особенности российских технопредпринимателей. Чтобы дать понять практические детали жизни респондентов, требуется достаточно детально воспроизводить конкретные термины, с помощью которых они описывают значимые контрасты их жизни. Чтобы не исказить контекст высказываний, также требуются достаточно обширные цитаты. Потому в этой статье так много текста с цитатами из интервью. Зато, как мне кажется, читатель лучше будет понимать миры, в которых живут те, кого мы проинтервьюировали.

## ПРАКТИКИ САМОПОЗНАНИЯ

Набор расхожих практик самопознания и самоформирования, рекомендовавшихся для советских граждан, был описан мной в старой книге о генеалогии российской личности (Хархордин 2002: глава 6). Остановимся сначала на практиках самопознания. Разные советские авторы предлагали разные описания прихождения к сбалансированной самооценке, которые включали от 4 до 7 стадий этого процесса, но все они, в принципе, подчеркивали, что задачей здесь было наделение индивида личностью с помощью оценки его действий релевантной для него группой. Первоначальным толчком к самопознанию была либо оценка отдельного человека в ритуализированных ситуациях общественной жизни (во время чисток 1930-х, оценки каждого работника и его коэффициента трудового участия в коллективном результате на собраниях трудового коллектива, во время Ленинского зачета у комсомольцев, и т.п.) либо менее зарегулированная ситуация, когда релевантное для тебя сообщество оценивало твою личность через твои достижения не менее придирчиво (например, во время неформальных ежегодных празднований дня рождения). Если такого внешнего толчка не было, человек мог и сам, по своей инициативе, производить первичную самооценку путем метода “узнавания себя через других” – как если бы он или она уже интериоризовали технику обличительного наделения обсуждаемых личностью, и делали это сами, в своем воображении.

Конечно, это была лишь начальная стадия. В советских учебниках по техникам самопознания рекомендовалось после этой первоначальной стадии узнавания себя заняться уединенным самоанализом, когда ты интерпретируешь отдельные свои поступки как индикаторы хороших или плохих личностных и

профессиональных качеств. Самоанализ этот должен проходить регулярно (Жданов даже в известной брошюре 1946 года советовал делать это каждый вечер), сопровождаясь периодически комплексными самоотчетами (еще один метод познания себя), когда самокритика была бы направлена на разные стороны своей личности и, таким образом, практиковалась по полной. В конце неё, на основании вынесения себе комплексной итоговой самооценки надо было выработать план действий по усовершенствованию себя (см. Хархордин 2002: 299, 307-311).

Наше нынешнее исследование показало, что из старых советских способов самооценки основным до сих пор остается “узнавание себя через других людей”, причем в обеих формах, упоминавшихся еще и в советских учебниках по самопознанию и самоформированию: как через высказывания других о тебе, так и через собственное сравнение себя с другими. Региональная вариация не очень значима в этом отношении. Если в Новосибирске и С. Петербурге превалирует интериоризованное самообличение (когда человек задает себе вопрос “что сказали бы обо мне значимые другие?”), то в Томске подчеркивается значимость для самопознания обличения внешнего – т.е. разного рода профессиональных форумов и формализованных сообществ. Правда, несколько отличалась Казань, где человек уделяет основное внимание высказываниям о его личности и профессиональной идентичности, исходящим прежде всего от начальников и от старших в семье или по возрасту, а не от коллег, партнеров и конкурентов по бизнесу или от друзей, как в других российских регионах.

Приведем несколько примеров. Один из респондентов, желая рассказать, что у него обычно низкая самооценка, рассказывает, как он приходит к этому суждению: “... я считаю, что я абсолютно невежествен и омерзительно необучен. ... Нет, это не слова для психолога, что я недоволен собой. Я ПРАВДА собой недоволен. У меня заниженная самооценка. Потому что я общаюсь с людьми, которые делают то же, что и я, но лучше” (Алексей, 1986 г.р., Нск 385). Этот Алексей узнает себя через поведение других людей, с которым он себя сравнивает. Отсюда низкое мнение о себе. Но такое сравнение себя с другими похожими на тебя технопредпринимателями может ведь стать и фактором положительной самооценки! Вот пример. Как пишут авторы отчета по Новосибирску: “Не только не разориться, уйдя из Академии, но создать компанию, которая просуществует длительное время – это уже доказательство успешности... Сам факт существования компании является достаточным основанием для самоуважения” (Нск 385). Похожие примеры находим и в Томске, когда респондент определяет свою идентичность через оценку его деятельности релевантной группой, и через количество людей, имеющих положительные мнения об этой деятельности: “... некое значимое количество людей оценивает положительно – их достаточно много... Тогда я воспринимаю это как целесообразную, имеющую смысл деятельность. А когда их... ну, когда она отрицательная, тогда я пытаюсь что-то изменить” (Александр, 1979 г.р., Том 277)

Сравнение себя с другими легче проводить, если на каком-либо профессиональном форуме за тебя уже сделали сравнение и выдали награду. Так, один респондент из Томска говорит: “Когда в 2008 году... на номинацию выдвинули... когда ‘Человека года’ выбирают... когда вдруг оказывается: вот

так - раз, и говорят: 'Ты там сделала вот это, вот это, вот это, там что-то'. Начинаешь анализировать и думаешь: 'Боже мой, а неужели это я, это как бы ну... [Смеется] Тут уж действительно я!'" (Наталья, 1967 г.р., Том 277). Такая оценка на конкурсе, когда коллективно обсудили твои дела и достижения, очень важна при формировании самооценки. И она укладывается в старые советские методы самопознания, опираясь теперь, правда, не на ритуализированные оценки коллективом, насколько личность соответствует высокому званию строителя коммунизма, а на новые капиталистические конкурсы.

Оценка не на конкурсах или конференциях, а через мнение и действия партнеров, конкурентов или клиентов – тоже важный компонент формирования самооценки, правда, чаще это важно для профессиональной идентичности. Например, другой респондент из Томска так описывает свои успехи: "...когда сюда приезжала делегация из Израиля, и мы с ними общались, в итоге из всех, с кем они общались в Томске... Они здесь общались практически со всеми... Но работают они только с нами" (Никита, 1984 г.р., Том 277). И в С. Петербурге один технопредприниматель говорит: "Я оцениваю себя в глазах своих партнеров [наверное, правильнее было бы: глазами своих партнеров – *О.Х.*], которые предпочитают работать со мной... Их оценка, то, что они из года в год выбирают мою фирму – это самая надежная штука" (ТП, 1972 г.р., Спб 39). Таким образом, самая надежная подпорка для самооценки, это мнения и действия твоих бизнес-партнеров, в глаза которых ты смотришься. Такие же цитаты встречаются и про конкурентов, и про коллег за рубежом, к которым приезжаешь в гости.

Особенность Татарстана можно продемонстрировать двумя характерными цитатами из собранных интервью. В отличие от обычного подчеркивания признания тебя в глазах значимых других, равных тебе в чем-то, тут чаще говорят: "Признание более старших тоже очень важно. Когда они дают понять, что да, мол, ты вот вырос. Там в определенных ситуациях это чувствуется. Вот так, наверное, влияет на самооценку" (Андрей, 1981 г.р., Тат 143). Под старшими подразумеваются не только старшие по семье, но и по республике. В отличие от других регионов РФ, "около трети информантов подчеркивали в интервью, что их заслуги были признаны Шаймиевым, Миннихановым, Сафаровым и т.д." (Тат 148). На стенах офисов интервьюировавшихся висят благодарственные письма и грамоты от местных властей; на настенных фото видны владельцы этих кабинетов, стоящие рядом, пожимающие руки, идущие вместе с чиновниками разного уровня. Характерно следующее упоминание патрона-покровителя в одном из высказываний: "На самом деле для меня главная оценка – это, наверное [оценка Николая – *О.Х.*], поскольку я ориентирован, я вам говорил, на работу с Николаем" (Равиль, 1981 г.р., Тат 148).

Если "узнавание себя через других", воспроизводящее элементы обличительных практик и в пост-советских условиях, является самым распространенным методом самопознания, то другие советские методы самопознания представлены в наших интервью не так обильно. Но удивительно найти остатки элементов всей этой машинерии и сейчас. "Самокритика" как метод самопознания упоминается, но не подчеркивается как важное средство (возможно, из-за устойчивых ассоциаций с терминами коммунистического дискурса), и больше внимания уделяется "самоотчетам", куда эта самокритика часто встроена как их интегральная часть. Правда, российские технопредприниматели, как показало наше сравнение их жизни с их азиатскими

и европейскими коллегами, в целом очень слабо опираются на регулярные самоотчет и самопланирование.

Обычная ситуация – это самоотчет раз в полгода (Марат, 1956 г.р.) или в раз в пять лет (Ольга, 1980 г.р.), когда происходят “крупные такие вещи, которые могут изменить жизнь кардинально” (оба последних примера и цитата – Том 278), т.е. самоотчет случается на рубеже двух разных периодов жизни или двух разных стадий профессиональной деятельности. Похоже, что российские технопредприниматели занимаются самоотчетом, когда стукнет, т.е. когда жизнь заставит. Наоборот, регулярный методичный самоотчет – есть, наверное, исключение, которое подтверждает правило. Очень немногие респонденты говорят и методичном и регулярном самоанализе:

“О.: Вот ближе к вечеру, я уже сажусь и думаю, что произошло, как быть дальше. Вот. Ну и, то есть вот вечером, скажем, до того момента, как я уезжаю домой, там, скажем, часов с пяти до семи, занимаюсь [нрзб.]. Ну и дома уже так перед сном. Ну, получается, наверно, с девяти до двенадцати. В.: Как часто происходит, там, как бы точка замера? О.: Ну, наверно, раз в два дня. Возможно, просто по разным направлениям. То есть вот там, я думаю: ‘Сегодня я думаю о том, что мне нужно сделать, чтобы к выставке подготовиться’. На следующий день я себе планирую, что я сяду и подумаю над бизнес-планом, корректировку сделать его. В.: А что происходит, когда два дня прошло, Вы – раз! - и выясняется, что не подумали над бизнес-планом? О.: Ругаю себя, да. Очень сильно. В.: Какие санкции? О.: [пауза] Ну, отказываю себе в каком-нибудь удовольствии: пиво попить, еще чего-нибудь такое” (Андрей, 1981 г.р., Тат 148).

Надо отметить, что уединенный самоотчет, который практикует этот Андрей, уже не есть результат внешнего подталкивания (т.е. самоотчет не является реакцией на мнение других, предъявляемого ему вдруг). Возможно, этот самоотчет происходит в рамках другой традиционной формы узнавания себя через других, т.е. самоинициированного сравнения себя с другими. Однако, те, кто хочет найти угасание восточно-христианских практик самопознания среди современных российских технопредпринимателей, могут указать на пример Андрея как вообще знаменующий переход к отказу от привлечения релевантной группы к формированию самооценки человека. Его пример можно интерпретировать и так: самооценка уже может формироваться и в результате уединенного рассмотрения некоторых объективных критериев и достижений, без того, чтобы смотреться в глаза других. Пример Андрея, иными словами, может тогда интерпретироваться как свидетельство ослабления практик самопознания публично-покаянного характера.

Есть и другие примеры, которых можно считать подтверждением тезиса, что западно-христианские приватно-исповедальные техники формулирования самооценки сосуществуют сейчас в РФ наравне с элементами публично-покаянных восточно-христианских практик самопознания. Например, наиболее радикальное суждение о том, что мнение группы тебе уже неважно, звучит так: “Есть универсальная система оценки результатов деятельности субъектов — бабло” (1967 г.р., СПб 39). Внешнее мнение неважно – таков мотив и двух следующих цитат (Том 276): “В: Чьи оценки Вам важны? О: Сложно сказать. Наверное, ничьи. Кто может меня оценить, кроме меня самого?” (Марат, 1956 г.р.); “Чьи оценки для меня важны? Я вот честно скажу... я вот настолько... ну, не могу сказать, что самодостаточен, но что-то типа в этом духе — мне все равно, кто по этому поводу что думает, как к этому



относится и т.д.” (Александр, 1970 г.р.). Немногие говорящие в таком духе респонденты узнают о себе путем уединенной саморефлексии, когда человек в одиночку, без помощи воображаемой или реальной группы, смотрит на определенные критерии своих достижений.

Надо подчеркнуть: такие методы самопознания, однако, все еще не побеждают традиционно-сильные механизмы обличительно-покаянного плана. Вот пример западно-христианских техник, который является нехарактерным для новосибирских интервью (в них обычно мы находим многочисленные примеры самооценки, опирающейся на группу): ребенок из семьи советской элиты конвертировал социальный капитал оной и уехал в США, и теперь его самооценка базируется прежде всего на полученных дипломах: “В 2004 году закончил президентскую программу подготовки управленческих кадров, а в 2007 году, в конце, я уехал в Соединенные Штаты Америки получать степень МВА, в 2009 году я получил степень МВА в “Х”, Бостон, входит в сотню лучших школ мира, тоже диплом с отличием очередной. Хобби такое — дипломы с отличием собирать. В 2010 году я вернулся обратно и, спустя полгода после возвращения, я решил начать свой собственный бизнес” (Максим, 1978 г.р., Нск 394). Другой нехарактерный, если не маргинальный случай, тоже из Новосибирска - это человек, который живет “в состоянии постоянной медитации” (Всеволод, 1962 г.р., Нск 394). В этом случае уже буддистская интроспекция приводит к познанию себя, никак не зависящему от мнения внешней группы. Но маргинальность обоих последних примеров для Новосибирска подсказывает, что обличительно-покаянные практики самопознания более важны для наших респондентов.

В других регионах находим схожую ситуацию. В Томске интервью тоже зарегистрировали несколько примеров уединенного самокопания, которое приводит к формированию самооценки без побуждения группы. Например, Ольга (1980 г.р.) говорит: “...я чувствую, что могу что-то сделать неправильно... И когда я это чувствую, я начинаю... ну, как бы принципы достаточно жесткие, поэтому они начинают уже сигнализировать: не то делаешь, неправильно” (Том 274-275). Еще пример: “В: ...оценка себя связана с какими-то событиями: праздниками, днями рождения? О: Приходит в голову, скорее так. Приходит в голову: ‘Давненько я не прикидывал, что произошло за последний год’. Нарушения нравственного закона, видимо, не столь постоянны, чтобы вот так все время их подсчитывать. [Конечно]... они происходят, и ... их все время вспоминаешь, и думаешь: “Ну как же так?” Это да, это есть” (Андрей, 1963 г.р., Том 275). Но надо понимать, что это исключения, которые подтверждают правило: обличительно-покаянные механизмы пока более часто используются для установки самооценки в РФ, по крайней мере, среди технопредпринимателей.

При интерпретации похожих противоречивых мест из интервью мы снова наталкиваемся на один достаточно тонкий контраст. Уединенное самокопание, как мы помним, может быть частью процедуры прихождения к самооценке после того, как ты сначала сравнил себя с мнением значимой группы о тебе (в своем воображении) или после фактического суждения этой значимой группы, случившегося в обыденной или специально арранжированной (форум, конференция, награда) ситуации жизни. В этих случаях оно является частью обличительно-покаянных механизмов установления самооценки. Другое дело – когда уединенный самоанализ идет без апелляции к мнению группы вообще, когда (это, похоже, явлено нам в 2 цитатах из Новосибирска

выше) человек рассматривает некоторые объективные критерии, которые объясняют ему или ей, кто он или она есть, как если бы он или она стояли перед Богом, и тот видел все, считая все достижения по высшему счету, игнорируя пересуды любой человеческой группы. Как об этом говорится в “Гамлете”, например: пред Богом “в подлинности голой Лежат деянья наши без прикрас” (перевод Пастернака).

Контраст этот характерен не только для интервью в Сибири, но он отчасти схвачен и двумя следующими цитатами петербургских респондентов. Первая позиция гласит: “Неважно, что результаты моей работы не приносят известности и денег... Но мои коллеги знают, какой я классный специалист”. Вторая позиция, наоборот, отвергает всякую опору на мнение коллег: “Наш продукт сегодня в топе, он продается... Деньги пошли, остальное уже вторично” (эксперт 1971 г.р. и технопредприниматель 1976 г.р., обе цитаты - СПб 39). Таких примеров определения себя не через мнение релевантной группы, а через объективный критерий (например, рыночные показатели или диплом МВА) пока не так много и в С. Петербурге, но их становится все больше.

Интересно, что оценка себя через рыночные показатели иногда настолько нова, что респонденты должны пользоваться англоязычными кальками как неологизмами для того, чтобы описать свои практики. Так, в одном интервью в Татарстане мы встречаем следующее: “IPO — это вообще, в принципе, выставление акций на торги. У меня желание получить высокую оценку рублевую там или долларовую каждой акции от кого-то. Это не цель там продать, избавиться. Это цель больше добиться некого признания, что да, акции ‘Б -\*\*\*\*’ сегодня стоят там вот столько, если они раньше стоили там доллар двадцать центов, то сегодня они стоят там двенадцать долларов. И за три года они выросли в десять раз. Вот это достойно как бы. Вот. И этого хочется как бы. Вот IPO для бизнесмена — это чистый такой селфэкспириенс” (Тимур, 1973 г.р., Тат 147-148). Английский термин self-experience, обозначающий личностно значимый опыт, ощущение или переживание себя, своей самости, здесь просто транслитерируется, возможно, потому, что он берется готовым из учебников западных бизнес-школ или их тренингов. Человек получает опыт себя, понимание и переживание себя, за счет объективного учета роста акций на рынке после IPO, т.е. после того, как компания стала публичной. Но заметьте, что термин этот встраивается в традиционные обличительно-покаянные техники: Тимур ищет признания, предоставляя значимому сообществу на обзор и для похвалы достойные деяния (рост акций в 10 раз), и только после этой воображаемой или реально данной ему оценки он становится уверен в себе как в достойной личности.

Получается, что пока невозможно сказать, что обличительно-покаянные практики намного отступили, а их место занимают практики уединенной исповеди самому себе или Богу, когда человек по объективным критериям, а не с помощью мнения релевантной группы, начинает узнавать себя и формировать свою самооценку. Да, примеры перелива западно-христианских практик в новые для них сферы их применения есть. Но примеров использования обличительных практик самопознания в разы больше. Хотя, возможно, размах этого использования и сократился.

Ответить на вопрос о проценте соотношения распространенности восточно- и западно-христианских методов самопознания в СССР и нынешней России сложно по следующей причине. Дело в том, что моя книга “Обличать и

лицемерить”, где формулировалась гипотеза о православно-христианских обличительных практиках самопознания, была написана в жанре генеалогии. Она не давала знания о том, что действительно было в советской истории, а предлагала генеалогический нарратив – как некое зеркало, с помощью которого читатель смог бы заметить некоторые особенности функционирования повседневных практик современного российского общества. Насколько были в реальности распространены обличительные практики в 1930-е или 1960-е гг., мы не знаем: такое исследование мною просто не было сделано. С моей точки зрения, не было оно до конца сделано и профессиональными историками. Потому даже с помощью нынешнего исследования будет сложно оценить, осталась постоянным или уменьшается интенсивность обличительно-покаянных практик в современной России.<sup>5</sup> Но то, что обличительные механизмы все ещё преобладают, наши интервью показали достаточно четко. Остановимся на этом подробнее.

## ОБЛИЧЕНИЕ

Мы не знаем точно, насколько обширно (в процентах или долях) было распространено обличение в советском прошлом, но мы знаем, что в собранных нами современных интервью классическая формула “обличения себя делами” чаще всего встречается в трех типах ситуаций: во-первых, в рассказах о прошлом; во-вторых, у более пожилых респондентов – и в размышлениях о настоящем; в-третьих, в описаниях тех более закрытых или когерентных современных сообществ, которые созданы с помощью коллективообразующих практик советского типа.

Так, в одном из интервью из С. Петербурга есть прямая отсылка к практикам дедов: “Я отношусь к себе так, как относился к себе мой великий дед Вульф Гиршевич... Его перу принадлежит фраза: ‘Мы судим о людях по их делам, а об их делах по их результатам’. Так вот - если результата нет, то и человек говно” (Миша, 1967 г.р., Ит 83). Из дальнейшего текста самого интервью ясно, что разговор идет о том, что человек не зарабатывал с помощью своего дела достаточно денег, а потому у него было самоуважение на нуле, как он говорит. Обличение себя делами, унаследованное им от дедов, интериоризовано им, применяется им для внутренней оценки своих поступков – на глазах воображаемых достойных оценщиков типа его деда. И, что интересно, это не просто оценка профессиональной идентичности; понимание “если не зарабатываешь – значит, ничего не стоишь как человек” не связано с конкретным типом деятельности. Тут оценивается жизнь в целом.

Как показало наше исследование, люди зрелого возраста ожидаемо находятся ближе к практикам классической модели обличения по делам. Виктор, респондент 1956 г.р., демонстрирует в описаниях своей жизни больше внимания и к моральным аспектам личности и к механизмам группового обличения. Так, о том, как он ставит свои личностные задачи, он говорит следующее: “У меня всегда была иллюзия, вот я хотел, чтобы мои, с одной стороны, научные достижения привели к практическому результату. Моя

---

<sup>5</sup> Тезис, что обличительно-покаянные практики самопознания, наоборот, усиливаются, кажется маловероятным, учитывая практиковавшееся за последние 25 лет копирование или насаждение западнохристианских практик уединенного самопознания и учитывая угасание советского порыва все делать с помощью группы.

сверхзадача была, я и ребятам своим говорю: при жизни я хочу, вот, чтоб, так сказать, [хлопает по столу] что-то вот, вот, вот, не просто вот, вот, а чтобы вот, ‘это я сделал!’ (Виктор, 1956 г.р., Тат 120). В этой цитате интересна не столько любовь к разработке (это – тема последующих разделов данной статьи), сколько оговорка, которую редко так эксплицитно встречается в других интервью – “ребятам своим говорю”. Человек берет на себя обязанности перед релевантным для него сообществом, как если бы брал на себя обязательства перед комсомольцами во время самоотчета на собрании или на Ленинском зачете, и по этим планам и по исполнению их о нем и будут судить. Структура обличения себя делами – налицо.

Важно и то, что, занимаясь наукой и внедрением или коммерциализацией разработок, респондент занимается обличением не только своей профессиональной, но и морально-личностной идентичности. В 1990-е гг. он занимался наукой, например, не из профессиональных, а из моральных побуждений - чтобы остаться человеком, не стать скотом: “Вопрос стоял так: надо заниматься наукой, надо заниматься бизнесом, чтобы выжить. Наукой заниматься надо для того, чтобы просто-напросто не деградировать среди этого быдла бандитского и так далее, чтобы просто-напросто была отдушина. То есть я смотрел на это как на отдушину. Вот есть вот у человека как дышать, там пить, есть. Вот это у меня потребность” (Виктор, 1956 г.р., Тат 120). Надо заметить, подобные отсылки к морали чаще встречаются среди людей в возрасте; молодое поколение во многом игнорирует разговоры о морали и концентрируется на оценке профессиональной идентичности.

Еще более пожилой и в чем-то экстравагантный персонаж (Карл, 1951 г.р.) начинает заниматься самокопанием и думать о самооценке после совета релевантной группы (“друзья сказали на год залечь на дно”), когда дело его жизни вдруг развалилось: “Всегда приходит время, когда человек задумывается. Я вот задумался только в 60: кто ты такой и что ты способен сделать. ... Я недавно поставил какие-то точки.” Одним из толчков послужил совет значимого знакомого поразмышлять о себе в уединении: “У меня был немец... И он мне сказал: ‘Ты должен определить в жизни, есть период, когда подумай, что тебе надо еще сделать в жизни’, да. И я вот так подумал, ехал назад, думаю, поеду на поезде. Все нормально будет. Ехал поездом, че там, сутки до Москвы, потом сюда (еще 2,5 дня) и я чувствую, что такой комфорт в душе пошел, и я чувствую все то же самое, но как-то системно, да... Такой комфорт, что я вот что-то сложил, сложил, сделал, систематизировал” (все цитаты – из Том 274-276). Друзья сначала указали на очевидную проблему, потом вместо побуждения к внешнему действию подтолкнули к размышлениям о себе, посоветовали выйти на время из игры и проанализировать свою жизнь. Респондент сделал это, упорядочил в результате самоанализа части своего “я”, достиг душевного комфорта – и, возможно, пришел и к сбалансированной самооценке.

Обличение себя делами может практиковаться в классической форме и в тех современных сообществах, которые более закрыты, чем просто свободно формирующиеся группы, и держатся на воспроизводящихся и слабо меняющихся обрядах инициации и практиках оценки личности – как, например, клуб физфака НГУ “Квант”. “Клубу ‘Квант’ сейчас ... около полувека, понятно, сколько людей через него прошло. То есть там первое поколение — их уже в живых-то нет. Вот, соответственно, это большое, фактически это некое такое сообщество, как эти в американских вузах там ‘Альфа Бета Гамма’ [студенческие братства и сестринства на кампусе – О.Х.] и так далее. Когда ты

приходишь, есть там некая система рейтингов. То есть, грубо говоря, как только ты пришел — ты такой сочувствующий клубу, такой молодой, зеленый, тебя все гоняют — ты зеленый и прочее. Потом через год, когда ты на первом капустнике себя как-то чуть-чуть проявил, там помог — тебе дают должность — кандидат в члены клуба” (Алексей, 1986 г.р., Ит 86).

Надо отметить выражение “проявил себя”, ведь именно оно использовалось в советской литературе как термин, обозначающий искомую цель обличения себя делами (Хархордин 2002: 218-220). Задачей советского обличения было явить наконец миру себя, свое истинное “я”, свою настоящую личность. Подобное конструирование оценки личности идет и на основании дел новых членов клуба, явленных клубному сообществу. Наиболее проявившие себя получают места в нынешней иерархии его управления и становятся полными его членами, что есть немалое достижение, так как утверждается, что потом по всему миру бывшие члены клуба помогают друг другу в жизни, несмотря на возрастную разницу. Учитывая, что клуб связан с КВН и капустниками, явно, что качества, явленные сообществу во время этих развлечений, далеки от профессиональных талантов физика. Оценка личности идет по “юморности” и живости характера, сообразительности, смекалке, и, не в последний момент, и по моральным качествам — т.е. она является достаточно всесторонней.

Повторим: примеры классического обличения себя делами (и самоанализа, начинающегося на основании этого обличения - если дела неутешительны), чаще встречаются или в рассказах про прошлое, или про сообщества, до сих пор тесно связанные прошлыми практиками, или в жизни респондентов, кому уже за 50. Еще пример: Георгий, 1946 г.р., рассказывает как он пришел к самопониманию после того, как его оценили релевантные другие — из-за того, что он не смог коммерциализировать разработку и не пошел ради этого на обострение отношений с начальством: “...я не революционер, по своим наклонностям не революционер. Мне кто-то сказал — ну, ты не боец. Ну, вот это примерно так оно и есть, то есть я не боец” (Нск 397). Оценка значимых других сооружает для него устойчивую идентичность. Но иногда и более молодые делают что-то похожее; практики в таких случаях кажутся совсем устойчивыми, неменяющимися. Так, Ольга, 1980 г.р., говорит (Том 288): “хочу прожить жизнь так, чтобы не было мне стыдно перед жизнью, которую прожила, перед людьми, которых встречала, перед делами, которые я совершила.” Грамматику ее высказывания хочется поправить. Кажется, ей надо было бы сказать: чтобы было не стыдно за жизнь, которую прожила, перед людьми, которых встречала, за дела, которые совершила.<sup>6</sup> Правильно это исправление, или она хотела сказать что-то другое — менее важно, чем то, что даже без этих исправлений мы видим в цитате два центральных элемента практики обличения себя делами: во-первых, обличается целостная личность — так как всей ее жизнью, а не только профессиональными достижениями — и, во-вторых, обличается по делам ее (а не по желаниям, словам или намерениям и

---

<sup>6</sup> И тогда это почти что напоминает знаменитое высказывание советского времени про цель жизни, как его сформулировал Островский: “Надо прожить жизнь так, чтобы не было мучительно больно за бесцельно прожитые годы”. Этот советский императив важен все еще и для Ольги.

склонностям).<sup>7</sup>

Конечно, более распространенное использование практики обличения молодыми – другое. Обычно те, кто помоложе, оценивают с помощью обличения делами не всего себя, а чаще всего только свою профессиональную идентичность. Этого им, наверное, достаточно. Как заметили почти все исследователи нашей группы, респонденты (большинство которых были молодыми) охотно говорили о своей профессиональной идентичности, и очень мало и неохотно – о личностной. Обычный для, скажем, психологии Тэджфела контраст между социальной и личностной идентичностью в наших интервью представлял как контраст между только одним аспектом социальной идентичности (т.е. профессиональной) и личной. Другие аспекты социальной идентичности – этническая, конфессиональная, семейная, возрастная – если и играли какую-то роль, то упоминались очень редко. Зато профессиональный аспект социальной идентичности как бы заслонял все остальные её аспекты. Например, говоря об особо интенсивном функционировании обличительных механизмов в своей жизни, уже знакомый нам респондент замечает, подчеркивая только связанную с работой, профессиональную идентичность: “В любом случае мою работу оценивает семья, мою работу оценивает мое руководство, проректор, который есть. Мою работу оценивают мои коллеги по тому, насколько успешна наша группа или неуспешна. Я думаю, что оценка идет каждый день, она все время то вверх, то вниз, такая, знаете, как курс Доу-Джонса какого-то” (Ольга, 1980 г.р., Том 276). Другой пример: “В: Для Вас важна оценка внешнего сообщества? О.: Да, она важна, наверное. Нет, конечно, она важна, конечно. Конечно, это очень важно. Мы, допустим, издали новую версию некоторой программы, которой я себя считаю одним из основных соавторов, и мне очень важно, когда мне мой товарищ из Intel напишет: “Ой, какие Вы молодцы!”. В этом смысле, конечно, важна оценка” (Андрей, 1963 г.р., Том 276).<sup>8</sup>

Поэтому можно обоснованно предполагать, что в наших интервью

---

<sup>7</sup> Элемент стыда перед значимым сообществом – центральный мотив и в некоторых других интервью. Например, новосибирский респондент зрелого возраста говорит, что когда он начинал предпринимательскую деятельность во время перестройки, ему было стыдно: он купил запчасти за 2,000 рублей, сделал из пылесоса кардиограф, и продал за 40,000. Но ведь это могли сделать все! Он ругает чешского изобретателя, разбогатевшего просто на самом акте патентования подкрылков автомобиля: “Ну, вот можно считать это изобретением? Ну, это придумано всеми! В каждом втором гараже, там смолой замазывали там крыло снизу. А он взял патент. Мне стыдно заниматься такими вещами.” Вот работать в лаборатории, мерявшей биополя экстрасенсов с помощью самого современного на 1983 г. оборудования ему было нестыдно – ведь задача была вселенского масштаба, и могла получиться реальная инновация (Эдуард, 1957 г.р.; цитируется по тексту интервью)

<sup>8</sup> Возможно, тезис, что молодых интересует обличение только профессиональной идентичности – гендерно-нечувствителен, и потому не до конца правилен. Не зря единственное описание личностной оценки, как прыгающей подобно индексу Доу-Джонса – т.е. каждый день - дается женщиной. Для женщин, чья семья в России больше страдает из-за их постоянной занятости на работе (ведь у детей и мужа могут быть сильные традиционные ожидания по поводу домашней роли женщины), мнение семьи о работе матери/супруги может сильно влиять на самооценку женщины. И оценка эта может меняться гораздо чаще, чем оценка поведения мужчины, про которых как бы говорят: “Папа на работе? Там ему и место!” Наоборот, для традиционных представлений о семье мама, которая всегда на работе – плохая мама. В традиционных семьях, таким образом, личностная, а не только профессиональная идентичность женщины, постоянно ставится под вопрос ее работой.

многие высказывания об обличительно-покаянных механизмах самооценки больше говорят о профессиональной идентичности, чем о личностной. Для молодых технопредпринимателей профессиональная идентичность подминает под себя не только другие аспекты социальной идентичности, но часто и свою антитезу – личностную идентичность. По крайней мере, в интервью большинство цитат про узнавание себя или самооценку, как кажется, говорят о познании себя как профессионала, а не как особой, отличающейся от других личности. Технопредприниматель это человек, погруженный в работу и технику настолько, что перед ним или ней редко встает вопрос об интегративной оценке собственной личности. Профессия и постоянная занятость чем-либо требующим решения именно сейчас дарует ему или ей бегство от вопросов о комплексной моральной оценке своей личности как уникального индивида. Возможно, поэтому и в наших интервью респонденты так редко говорили об интроспекции и медитации, о самоотчетах, о специальных техниках познания себя не как эффективной, а как моральной личности. Ведь постоянное обличение в себе только профессионала это обезличивание себя как человека, способного на моральные поступки и достойную жизнь.

Среди молодых перемены в механизмах обличительного высказывания личности лежат не только в “об-профессионалировании” обличения, но и в другой области – в том, что появляются всё новые арены обличения себя делами. Иными словами, кроме тех профессиональных арен, которые мы уже упоминали – когда профессиональная идентичность тестируется и удостоверяется на конференциях, во время визитов коллег из-за границы или поездок к ним, во время профессиональных конкурсов и выдачи премий – в последнее время появляются и новые арены.

Приведу пример из отчета по Татарстану. Начальники, как и в советское время, приходят к положительной самооценке за счет неформального признания их заслуг того, что они хотели бы назвать по старинке трудовым коллективом: “Я получаю представление о себе, когда вижу своих людей... вижу, что они довольны, горят трудовым энтузиазмом, ощущают себя командой. Особенно на новогоднем корпоративе хорошо.” (Феликс, 1949 г.р.). Специалисты же среднего звена подчеркивают, что их интересует мнение только профессионалов, основных о деловых людях их компании: “Мне всегда важно уважение тех людей, которые реально работают и реально на счету; не шестерок каких-то у начальников, а именно тех, кто... скажем так, на ком держится организация” (Сергей, 1977 г.р.). Но совсем новые аудитории для обличения создаются благодаря новым медиа: “Конечно, я стараюсь отслеживать все упоминания моего имени в сети, в блогах, в электронных СМИ, а как же сейчас без этого?” (Василь, 1987 г.р., все 3 цитаты – Тат 147). В случае таких людей, как Василь, понятна их интенсивная потребность иметь разного рода гаджеты для постоянного мониторинга перемен.

Читатели, впервые знакомящиеся с концепцией обличения себя делами, часто быстро забывают, что смысл этой практики – не критика (что предполагает основное значение данного слова сейчас), а об-личение, наделение человека личностью. Положительной или отрицательной личностью – это уже другой вопрос; главное в фундаментальном об-личении это тот аспект его, что личность становится явленной, заметной; она теперь – налицо. Потому об-личение также относится к личности, как об-наружение к наружности: практика помогает явить нам феномен. Но важно, что является взору оценивающего сообщества и познающего себя индивида. Сегодняшний переход у большинства

молодых технопредпринимателей к выявлению делами не всей своей личности, а преимущественно или только ее профессиональной идентичности, превращает обличение делами в “об-профессионаливание”, в явлении миру образа профессионала, а не личности.

Но, если учесть, что многие теперь обличают себя по делам, ведущим к ПРО или заработанному “баблу” (т.е. оценивают себя высоко, если эти деньги приносят признание в глазах значимых других), то обличение, похоже, превращается в об-наличивание. Вместо проявления свой целостной личности так, что она была бы заметна, налицо для всех и себя, технопредприниматели оценивают теперь себя прежде всего или только как профессионала (личностные качества их чаще всего не волнуют), или – все чаще и чаще - через заработанные наличные.<sup>9</sup> Хайдеггер своим поэтическим языком сказал бы: у русских раньше было выведение личности из потаенности в несокрытость – так, чтобы она была налицо. А теперь человеку техно-цивилизации остается лишь обналиченное бытие, его или ее лицо приобретает наличными.

Плохо это или хорошо – другой вопрос. Если считать, что плохо, то надо помочь практикам обличения уникальной и целостной моральной личности в их противостоянию потенциальному засилью обналичивания. Забегая вперед, скажу: но тогда коммерциализация изобретений и разработок будет невероятно затруднена. Упор на то, что технопредпринимательство должно явить уникальное “я” автора, а не продать товар, и тормозит, наверное, коммерциализацию. Если, наоборот, считать, что это хорошо, то тогда надо высмеивать гордыню тех, кто хочет высокого личностного полета в простом деле производства технических средств улучшения жизни. Именно эти люди стоят на пути массового производства комфортных и усовершенствованных средств жизни, а хотят вместо этого и прежде всего своего личностного саморазвития. Но хотим ли мы жить в технологически отсталой стране, окруженные этими капитанами духа?

## ПРАКТИКИ САМОСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И РАБОТЫ НАД СОБОЙ

Термины “самосовершенствование” или “работа над собой” почти не встречаются в текстах интервью; эти два советских термина, похоже, совсем вышли из употребления. Как замечают авторы исследования в Казани, для их респондентов выражение “работа над собой” либо напоминает им пору их собственного детства, либо кажется термином, связанным с проблемами воспитания их детей (Тат 149). Впрочем, и другие регионы мало отличаются от этого. Тексты интервью в целом очень мало уделяют внимания техникам самоформирования, как бы настойчиво ни пытались исследователи спрашивать об этом интервьюируемых технопредпринимателей.

Возможно, это - следствие того, что респонденты рассматривали “работу над собой” как набор специальных техник самовоспитания или самоформирования, которыми человек специально занимается в особо

---

<sup>9</sup> Как отмечалось в предыдущей секции про методы самопознания, некоторые теперь вообще оценивают свой профессиональный успех в одиночку и чисто количественно – что говорит, что “обналичивание” может еще легче производиться и с помощью западно-христианских техник самопознания.



отведенное для этого время. То есть, обычно предполагается, что “работая над собой”, человек должен заниматься, например, йогой или буддистской медитацией или ответами на вопросы книг по психологической помощи – и всё это не во время своей обычной работы. Учитывая, что у большинства технопредпринимателей почти все время дня уходит на работу, то наши респонденты часто говорили, что у них нет времени заниматься подобными упражнениями. Однако, многие из них просто не замечали или не понимали, что и во время работы они занимаются самовоспитанием или самоформированием. И только единицы понимали это, говоря, что проходят сквозь особые испытания себя прямо на рабочем месте, потому им не надо специально ездить куда-то развивать личность: “... [есть] какие-то переживания, которые требуются человеку. Я в этом смысле не хожу в какие-то горные экспедиции, восхождения. Хотя несколько раз случалось куда-то выезжать в горы... Но свой набор эмоций необходимых я все-таки добираю вот здесь, за письменным столом в большей степени, чем те, кто идут с кислородным голоданием, с риском смерти” (Андрей, 1963 г.р., Том 262). Посмотрим на те следы практик по изменению и исправлению себя, которые попали в тексты интервью.

В классической советской модели самосовершенствованием надо было заниматься после того, как ты сформировал (скажем, с помощью 6 методов или стадий самопознания по Арету – см. Хархордин 2002: 307) самооценку и понял, что можешь или надо быть лучше. Усовершенствование себя включало 3 стадии – сначала надо было отдать самому себе приказ (стадия самопобуждения), перебороть себя, если казалось, что не надо себя менять, или просто было лень это делать. Потом начиналась фаза работы над собой в узком смысле этого термина, которая использовала 2 основных метода. Во-первых рекомендовалось самопрограммирование или самопланирование, особенно эффективное, если планы личных достижений на определенный период принимались перед друзьями или коллективом на работе или учебе. Во-вторых, предлагалось выбрать себе личный идеал и следовать ему в трудных ситуациях жизни так, чтобы это подражание герою или великому человеку помогало тебе сделать себя лучше. Целью двух этих основных методов самовоспитания было то, что обозначалось, как завершение или телос этического развития личности. В ее коммунистической версии этой целью было самообладание или самоконтроль, в пределе – если Родина того требовала - приводящий к самопожертвованию в борьбе за общее дело (Хархордин 2002: 311-317).

Сейчас некоторые элементы этой машинерии в классическом виде можно найти только среди тех, кто еще помнит Советский Союз и разучил эти практики в детстве. Я уже приводил выше пример Виктора, 1956 г.р., который “своим ребятам говорит” о своей сверхзадаче, т.е. планирует основные цели своей жизни у них на глазах так, чтобы потом было сложно их не выполнить без значительного понижения самооценки (Тат 120). Но таких радикалов мало; их или осталось немного к нынешнему времени, или и в советское время самосовершенствование практиковалось “по книге” только единицами. Интересно, что методы практикуемого сейчас изменения себя к лучшему не обозначаются, как “воспитание”, “совершенствование” или другими скучными педагогическими терминами.

Люди теперь, как они говорят, пытаются “украсить себя”, причем не в смысле необоснованного приукрашивания, а в смысле “сделать себя краше”. Так, Артемий, 1979 г.р., рассказывая про свое детство, так описывает свое развитие: “А как малоумеющему ребенку самореализоваться?... Вот математика

— это идеальный инструмент удовлетворить человека, не имея ничего в руках, ну самоудовлетворить, если шкала ценностей уже готова к этому... Это естественно, это было для удовольствия, и исходя из каких-то амбиций. Ну, кто-то там волосы зеленкой красит, кто-то изнутри себя красит. Ну, я вот изнутри себя красил...” (Том 279) Украсить себя изнутри с помощью математики, а не украсить снаружи (например, с помощью панк-раскраски волос или умелой покраски конструируемых тобой моделей самолетов, если умеешь работать руками) – вот цель для такого ребенка.

Другие респонденты говорили о “развитии личности”: “Скажем, если личность неразвита, у нее удовольствие икры поесть, а если личность развита, я утрирую, то я приду и смотрю на произведение искусства, там, на ‘Черный квадрат’ Малевича — и получаю еще больше удовольствия, чем от бутерброда с икрой... Вот и смысл: развивайся и получай” (Владимир, 1956 г.р., Том 279). Или пример из Новосибирска, когда респондент рядом с советским термином “самосовершенствование” изобретает более подходящий ему неологизм - “расти над собой”: “Мы делаем-делаем-делаем... Есть там сильная мотивация расти над собой... Ну, и, конечно, там можно порассуждать, что лучше: медитировать или вкалывать. Ну, вот мы все решили, что вкалывать. И почему? Да ни почему. Просто решили и получаем от этого удовольствие. И, соответственно, туда, туда, туда самосовершенствоваться в науке будем” (Константин, 1981 г.р., Ит 96; продолжение цитаты – по полному тексту интервью). Достигнув чего-либо в математике или высокотехнологичном предпринимательстве, такие люди не просто ”доказывают” или “проявляют себя” (как звучали бы выражения советского времени). Они красят себя достижениями, т.е. делают свою личность краше и лучше, они развивают себя и растут над собой.

С двумя основными советскими техниками роста над собой – с само-планированием и подражанием герою – есть, однако проблема. Они не практикуются в чистом, дистиллированном виде. Как мы уже отмечали, регулярные самоотчеты – редкость для российских технопредпринимателей. То же можно сказать и о регулярности само-планирования. Личностный рост как отдельная цель чаще всего не планируется вообще. Как говорит один респондент, “Система планирования в жизни есть некоторая. Но она планирования в основном технологического: то есть какие технологии, как будут развиваться, какое мы участие будем принимать” (Андрей, 1963 г.р., Том 281). Иными словами, планируется в основном технологический процесс (но бизнес планы меняются у многих каждый год и, бывает, чуть ли не каждые 3 месяца – Николай, 1981 г.р., Том 281), или планируется просто текущая повестка дня – обычно на завтра или неделю. Вот еще одно типичное описание такого технологического планирования: “Какими-то органайзерами и электронными там средствами — Outlook каким-то — просто принципиально не пользуюсь, не люблю я подобных вещей. Не глобальные там сотни тысяч дел, чтобы это все заносить. То есть это, там, за минуту записывается на карандаш в ежедневнике, вот. Напоминалки в телефоне периодически, да, использую, когда действительно критично, нужно в какой-то момент времени куда-то там съездить, к кому-то на встречу... То есть планирование времени, оно присутствует именно в виде того, что есть определенный объем работы за день, который надо сделать, и просто для того, чтобы что-то не вылетело — такое в суматохе дня просто записываешь. А потом планомерно это все вычеркивается. Причем с вечера на следующий день записал, пока в голове все есть” (ТП, 1976

г.р., СПб 40).

Средства такого текущего планирования – разнообразны. Например, разноцветные стикеры, т.е. мелкие липкие листочки post-it pads, приклеиваемые к экранам компьютеров или рабочим поверхностям вокруг себя: “У меня все в этих разноцветных бумажках вокруг компьютера... вот они — все мои планы перед глазами” (Ленар, 1986 г.р., Тат 149). Если не стикеры, то используются более большие листы бумаги, ежедневники и журналы экспериментов, заполненные теперь планами производства. Среди более молодого поколения – большей популярностью пользуются напоминки в телефонах, компьютерах, файлы с планами, или следующие гибридные комбинации: “Для встреч – Outlook; для “длинных” дел, либо записей на планерках — ежедневник; повседневно, на неделю — лист А4” (Сергей, 1984 г.р., Том 282). Похожие практики встречаются везде по России: “...у меня есть реестр мероприятий, которые нужно выполнить сейчас, потом. То есть, что переключается, смотрю и начинаю работать. Соответственно, смотрю, что нужно сейчас сделать, что можно сделать потом, что терпит, что не терпит, и соответственно потихоньку... что можно вообще не делать” (Сергей, 1977 г.р., Тат 149).

Нельзя сказать, что в технологическом планировании совсем нет личностного компонента. В наиболее долгосрочных планах, так сказать, “планах на жизнь”, развитие личности подразумевается тоже. Только это общий план на десяток-другой лет, который не проработан детально. И повседневные технологические планы с ним почти что не связаны. Как говорит один респондент: “Есть некие приоритеты, которые поставлены достаточно давно — цели, те вершины, к которым надо подняться. Они поставлены, они есть, они никуда не деваются. Есть некое понимание, как к этим вершинам, генеральное понимание, идти... Все. Дальше в этом глобальном пути они известны, направления эти. В этом глобальном пути ты по нему движешься... и там, соответственно, чтобы двигаться, надо какие-то реперные точки ставить: надо вот это сделать. Поэтому у меня это неделя максимум, больше не получается, а может быть, и не надо” (Марат, 1956 г.р., Том 281). Еще высказывание из Томска: “С точки зрения жизни собственной... Я знаю, чем я буду заниматься следующие 10 лет, а... планов в этом смысле нет. Направления. Буду идти туда” (Андрей, 1963 г.р., Том 281).

Плохие последствия непроработанности планов личного развития можно купировать, как писала советская дидактическая литература, если человек принимает личные девизы и правила, которые помогают во всех ситуациях жизни. Любопытно, что новую версию таких личностных правил мы встречаем и в пост-советских интервью: “Самое главное в малом бизнесе — ничего далеко не планировать... Малый бизнес — это голодранцы, у которых ни черта нет... Ну, конечно, это немножко грубо, но... голая сверкающая задница, быстро-быстро-быстро бегающая везде. Только скорость, только скорость при приемлемом качестве могут обеспечить малому бизнесу жизнеспособность... В соответствии с этим... [усмехается] планом долгосрочным является не потерять энергетику — только это. А вот как она конкретно будет реализована — понятия не имею” (Александр, 1970 г.р., Том 282). Девиз “не терять энергетику” – один из немногих оставшихся способов обеспечить себе успех в быстро меняющемся мире, где невозможно детальное самопланирование.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Интересно, что именно nimbleness, проворность, стало тем качеством, которое отличает научные стартапы Силиконовой долины или новые малые биотехнологические фирмы вокруг

Единственный пример, который как исключение подтверждает правило – следующий. Уже упоминавшийся новосибирский респондент, выросший в семье партийного обкомовского работника, еще в семье был приучен строить “жизненный план”, как он его называет, и он – единственный, кто среди опрошенных строит такой жизненный план сейчас. План выглядит так: “И могу сказать, что когда я построю свой бизнес, выполню свой жизненный план — в сорок пять лет выйти на пенсию; да, у меня такой план, я не хочу работать... Вы знаете, как сказать... Я всегда думаю о будущем, поэтому то, что я рано стал планировать — это в силу того, что у меня в семье так принято и я сам... то есть долгосрочные планы” (Максим, 1978 г.р., Нск 397). Примечательно, что план этот не обязательно рассматривается респондентом как гедонистический (другие респонденты, например, говорят, что их план – выйти на пенсию здоровым; это может рассматриваться как более эго-центрированная цель (респондент Р78, текст интервью). Максимум же свобода от труда может интерпретироваться как наконец-то возможность заняться досугом и именно собой, развитием собственной личности.

Если перспективное самопланирование (в отличие от текущего технологического планирования на день или неделю) почти не практикуется, то что можно сказать о второй основной технике советского самосовершенствования – подражании герою (которая в свою очередь шла от христианской техники *imitatio Christi*)? На первый взгляд, и к этой технике уже почти совсем не прибегают. Конечно, она упоминается среди старшего поколения, которые до сих пор ориентируются на героев книжной серии ЖЗЛ: “Или вот, например, Роберт Вуд, если Вы знаете такого физика-оптика... Ну, про него есть книжка в ‘Жизни замечательных людей’. Вот это человек, который не признавал авторитетов. Он делал спектрометр, который чистил кошкой. ... Он во время войны в Первую мировую еще столько всего напридумывал. Почитайте. Это необыкновенная книжка. Я ее раза три читала. Роберт Вуд. Вот это вот пример для подражания, каким должен быть ученый” (Дарья, 1949 г.р., Нск 398). В других регионах респонденты старшего поколения называют Туполева и Королева как тех, на кого хотелось равняться. Но у молодых технопредпринимателей все гораздо сложнее. Они упоминают знаменитостей – Билла Гейтса, Стива Джобса, Джека Уэлча – но чаще всего просто как пример: “Конечно, хотелось попробовать сделать что-то технически оригинальное. Родить что-то свое, оригинальное и прорывное, как когда-то Билл Гейтс в гараже...” (Ленар, 1986 г.р., Тат 135). Только одно интервью в Татарстане, например, свидетельствовало, что респондент не просто знал о Джобсе, а хотел бы походить на него: “В последние годы, я считаю одним из там своих кумиров все-таки Стива Джобса. Я часто на партнерских конференциях вот проходимых там, у нас которые проводятся в Казани традиционно, я часто цитировал там какие-то его фразы. Вот с точки зрения позиционирования мне очень близка позиция Стива Джобса. Я пытаюсь как-то примерить на себя его опыт” (Тимур, 1973 г.р., Тат 149).

Обычная позиция технопредпринимателей – это осторожное избегание авторитетов, которым надо подражать, или непризнание, что есть такие значимые авторитеты. Подобные заявления встречаются достаточно часто. Правда, в одном, приведенном ниже отрывке интервью эта позиция иронично и

---

Сан Франциско от больших научных корпораций 50-60х гг, и которое стало их конкурентным преимуществом (Shapin 2008: 95).

парадоксально излагается как жизненная рекомендация, идущая от анти-героя (а для кого-то - гения бизнес-махинаций), которой респондент следует, найдя отечественный, а не зарубежный образец поведения: “О.: У каждого свой путь. И не каждый найдет своего Гая Кавасаки. В.: А как Вы нащупываете свой путь? О.: Как говорит Борис Абрамович, потихонечку подписываем следующие шажки” (Николай, 1981 г.р., Том 263). Николай следует Березовскому в том, что надо самому осторожно нащупывать путь, а не пытаться подражать Джобсам и Кавасаки. Но делая это, Николай, как получается, выбирает Бориса Абрамович за значимый образец поведения, которому можно (или нужно?) подражать!

Цитаты из других интервью прояснят для нас эту амбивалентную ситуацию: есть все же подражание герою или нет? Один из респондентов говорит, как кажется, банальные истины: “В сознании людей нет образцов успешного ученого-предпринимателя. У нас ученый обычно бессребреник, который все во благо человечества. А предприниматель — это буржуй, который наживается на других. Это, конечно, советское еще наследие... классовая такая картина мира” (эксперт ИТМО, 1967 г.р., Спб 44).” Это высказывание кажется банальным, так как интерпретации подобных высказываний обычно концентрируют свое внимание на еще советском противопоставлении чистой науки и мира чистогана. Однако, надо вместо этого обратить внимание на первое предложение из цитаты: у нас нет достойных образцов. Возможно, подражания герою нет не потому, что практика подражания герою отвергнута как незначимая, а потому, что в технопредпринимательстве как специфическом секторе человеческой деятельности еще не сложились отечественные положительные образцы, а зарубежные кажутся немного заморскими и далекими от нашей действительности?

Иными словами, не сводится ли все к тому, что подражать попросту некому? Как пишут авторы итогового отчета, “в российском обществе не оформился отчетливый и массово принятый социальный стандарт достойного технопредпринимателя” (Ит 110). Я бы сказал так: похоже на то, что пока нет образцовых или замечательных людей в этой сфере деятельности, примеры чьей достойной жизни хотелось бы копировать. Как говорит один респондент – он хотел бы общаться с героем, да это собирательный для него образ, так как реальных людей или образцов уже состоявшейся достойной жизни вокруг нет: “В.: У Вас есть идеал, может быть, я не знаю, человек, на которого Вы равняетесь? О.: Вы знаете, есть сборный у меня идеал, кого бы я хотел... с кем бы я хотел общаться, но, я думаю, таких людей просто не существует” (Максим, 1978 г.р., Нск 398).

И не свидетельствует ли наличие в рассказах технопредпринимателей особого опыта – т.е. опыта героического испытания и проверки человека на стойкость - о том, что их практики все же укладываются в матрицу подражания герою? Ведь среди средств подражания герою в советское время книжки подчеркивали желательность, если не необходимость личностных испытаний, которые помогли бы ребенку повторить подвиг Маресьева. (Правда, они советовали это делать не путем специальных упражнений, типа защемить себе пальцы в дверном проеме и терпеть жуткую боль, а рекомендовали проявлять стойкость и твердость в преодолении обычных препятствий повседневной жизни – см. Хархордин 2002: 315).

Один из технопредпринимателей старшего поколения так рассказывает, как ему пришлось в начале 1990-х гг. заняться унижительной деятельностью, чтобы обеспечить деньгами свой научный коллектив: “И мы с дружкой решили

заняться спекуляцией. Ну, люди занимаются спекуляцией? Мы, наверное, тоже можем. Перестройка заняла, как я помню, три месяца. Три месяца я себя убеждал, что поплавать в дерьме — это нормально. Это как в тюрьме посидеть — в этом нет ничего страшного. Это просто формирование личности, дополнительное. Вот, и стали мы спекулировать куриными окорочками” (Эдуард, 1957 г.р., Нск 383). Более молодой технопредприниматель, многому научившийся у Эдуарда, пользуется той же терминологией, когда описывает испытания и трудности, которые возникают в его фирме при решении супер-амбициозных задач: “То есть команда может не загореться на старте и, соответственно, раз столкнется с проблемой, два столкнется с проблемой, ну и все, и на фиг. Пару раз там съели дерьма и остановились. А так как у нас цели были высокие, мы там пять лет, ну четыре года, все это ели ложками, ну, и нормально... В нашем случае, наши цели, которые мы перед собой ставили в компании, и те задачи, которые мы могли решать при помощи нашего оборудования, они просто вселенского масштаба. Поэтому раз не получилось, два не получилось — ничего страшного, пробуем еще, еще и еще!” (Константин, 1981 г.р., Нск 386-387).

Один плавает в дерьме, чтобы достичь высокой цели, другой ест дерьмо ложками четыре года, чтобы решить задачу вселенского масштаба – чем это не завидное единодушие по поводу того, что на пути к достойной или героической цели испытания только закаляют истинного героя? В Томске, как и в Новосибирске, похожие высказывания. Выше упоминался Андрей, которому не надо лезть в горы за кислородным голоданием и истинным риском и опасностями – он все эти испытания получает и на рабочем месте. Другой пересказывает китайскую сказку о короле обезьян, которого жгли в печи, а он от этого только обрел стойкость: все что не убивает, делает нас крепче (Анатолий, 1953 г.р., Том 280). Еще одна респондентка говорит о безжалостности к себе при достижении высокой цели: “У меня всегда было желание что-то вот такого — нового, нового, интересного. Научиться, поучиться, помочь, сделать. Может быть, никогда не жалела себя — поэтому. Вот этой жалости к себе не было, поэтому надо ночью работать — будем работать ночью” (Ольга, 1980 г.р., Том 283).

Однако, если во всех российских регионах есть скептицизм по поводу практики подражанию избранному герою, то этой униформности нет по поводу желаний подвергаться героическим испытаниям на работе. Ни в С. Петербурге, ни в Татарстане мы почти что не видели желаний хлебать дерьмо ложками пять лет подряд ради великой цели или плавать в дерьме, чтобы спасти науку. По крайней мере, такие примеры не давали тексты большинства наших интервью. Впрочем, и высокие фразы о том, что надо красить себя изнутри умными трудами, тоже были несвойственны петербуржцам. Свидетельствует ли это о том, что в космополитическом или глобальном городе героическо-романтический этос советской науки оказался более подверженным разрушению в результате столкновения с внешней средой (чем, скажем, в Академгородке) – возможный вопрос для дальнейшего исследования.

Еще одно интересное региональное отклонение на фоне общего паттерна – это относительно большая склонность респондентов в Татарстане подчеркивать дисциплинированный и размеренный характер их труда, что иногда объясняется ссылками на дисциплинирующую роль повседневного исполнения размеренных исламских обрядов. Так, один респондент говорит: “Это религия, которая человека действительно дисциплинирует,

самоорганизуется, элементарно по времени даже, да, если намаз читать и так далее, да. Ну, и, скажем так, она человека настраивает... вот эта дисциплина, самоорганизация и порядок, если их можно, это все-таки близкие понятия, но разные, да. Поэтому, наверное, в том числе она тоже на татар повлияла с точки зрения их трудолюбия.” (Равиль, 1981 г.р., Тат 145-146) Правда, другой респондент объясняет это особое трудолюбие и размеренность не религией, а традиционной деревенской культурой: “Я считаю, что просто вот эти две вещи — труд и плюс текущее уважение к старшим, это прививается у нас с детства и позволяет очень сильно дисциплинироваться... Это скорее местная традиция, с исламом слабо связанная” (Василь, 1987 г.р., Тат 100).

Есть ли здесь религиозные корни или нет, надо отметить общее для этих обеих интерпретаций: среди респондентов в Татарстане есть относительно больший ригоризм подхода к размеренности действия, чем в других изученных нами российских регионах. Да и один из самых радикальных примеров самоформирования (самоотказ от пива как наказание за то, что не выполнил обещания, данные самому себе в технологическом самопланировании, происходящем каждые два дня по вечерам – см выше, Андрей, 1981 г.р., Тат 145) встретился тоже в Татарстане. И там же мы находим повальное увлечение учебой на бизнес-курсах, тренингах по развитию бизнес-навыков, коммуникации, маркетингу - для саморазвития (Тат 149), подталкиваемое интенсивным самообразованием по менеджменту: “Учился, много читал, много слушал аудиокниг. Ну, и в конечном итоге, скажем, все это перекладывал на свой опыт. Когда понимание о бизнесе изменилось, когда многое стал воспринимать уже через призму той информации накопленной, там, через призму тех ошибок, которые были сделаны” (Тимур, 1973 г.р., Тат 127).

Сравните, насколько это отличается от высказывания респондента из Томска, который несмотря на достаточно зрелый возраст до сих пор систематически читает классиков мировой литературы полными собраниями сочинений и меряется списками прочитанного со своим братом, который тоже читает захлеб, томами: “Что будет четко отличать с детства всех успешных предпринимателей в области хай тек [от просто предпринимателей] — они все рано начали читать. Гарантирую” (Андрей, 1963 г.р., Том 255). Самосовершенствование личности идет в этом достаточно уникальном примере параллельно работе<sup>11</sup>; в Татарстане же всё гораздо больше подчинено самосовершенствованию её в процессе работы.

Подведем подытог. Среди наших респондентов мало кто стремился “работать над собой”, так как термин вышел из употребления. Хотя желающих украшать себя делами или расти над собой было гораздо больше. Среди техник персонального роста мало кто уделял внимание первому из советских средств самовоспитания – самопрограммированию. Если оно и практиковалось, то только в виде планирования технологических процессов на неделю, а не в виде планирования долгосрочного личностного развития. Второе основное средство советского самовоспитания – подражание герою – не было схвачено текстами интервью, возможно, из-за отсутствия отечественных моделей для подражания, ведь некоторые респонденты были готовы ради достижения значимой цели пройти сквозь огонь, воду и медные трубы, то есть вести себя по-геройски. Из

<sup>11</sup> Возможно, этот случай исключителен и для Томска, так как технопредприниматель очень сильно пристраивает и определяет себя через читаемую классическую литературу, а не только через работу.

исследованных российских регионов наибольший ригоризм и методичность в дисциплинировании себя продемонстрировал Татарстан.

Таким образом, эмпирические данные более-менее понятны. Спрашивается, насколько с таким набором практик самосовершенствования Россия готова к рывку в развитии хай тек индустрий?

## ОТ САМОПОЖЕРТВОВАНИЯ К САМОРЕАЛИЗАЦИИ

Одним из самых больших сюрпризов данного исследования стало то, что многие респонденты, объясняя свои главные решения в жизни, апеллируют к понятию самореализации. Слово это стало для нас теперь настолько затерто после переводов на русский язык многих бизнес учебников (и пересказов в них пирамиды потребностей Маслоу, где само-актуализация или само-реализация ставится как потребность выше, чем потребности физиологические, в безопасности или в социальном признании), что забываешь, что оно не фигурировало ни в Большой Советской Энциклопедии, ни в 17-томном Словаре современного русского литературного языка, издававшемся в 1950-60-е гг. “Этика самореализации” упоминалась, конечно, в словарях по философии и этике – но как буржуазная теория, противостоящая марксистскому пониманию природы и предназначения человека. Чему же 25 лет капитализма, отвергнувшие коммунистические формулировки и соответствующий им жаргон, научили говорить наших респондентов?

Даже респонденты, выросшие в СССР, часто описывают теперь свои мотивы ухода в технопредприниматели с помощью этого термина: “Но, прежде всего желание действительно сделать бизнес. Сделать, просто *реализовать себя* и показать, что ты... ты чего-то способен. Вот это внутреннее просто вот такое вот желание, оно было. Такое внутреннее честолюбие” (Сергей, 1957 г.р., Нск 386; курсив мой – О.Х.). Ясно, что многих ученых вытолкнуло в предпринимательскую карьеру отсутствие у них денег в начале 1990-х гг. Но этот мотив в интервью не рассматривается как главный: “Вот ключевой момент вхождения в бизнес... это было там двадцать лет... ну, больше двадцати лет назад... Он заключается в том, что тогда меня интересовали аспекты саморазвития... Но при этом на меня было наложено ограничение, что я должен зарабатывать деньги, я рассматривал бизнес как площадку для саморазвития. Это ключевой момент” (Всеволод, 1962 г.р., Нск 381). Получается, что когда многие занялись бизнесом, они сами себе объясняли, что они хоть и вынуждены теперь просто зарабатывать деньги, главное все же в этом процессе – попытка развить или реализовать себя.<sup>12</sup> И еще одно показательное высказывание от респондента, которому уже почти 60: “В.: Что вы конструируете? О.: А мы конструируем устройство, которое живет в реальном мире. В.: А что это? О.: Ой... Чего мы только не делаем [смех]. В.: [перебивает] Подождите-подождите, я хотела бы понять, чем вы занимаетесь? О.: Я занимаюсь самореализацией. [Пауза] Точка!” (Эдуард, 1957 г.р., Нск 381, цитата дополнена по тексту

<sup>12</sup> Справедливости ради надо сказать, что есть и респонденты, которые считают, что финансовая мотивация была первична, а самореализация – вторична: “С точки зрения мотивации, первая, конечно, финансовая — денег заработать. Следующая сразу идет, я думаю, профессиональная мотивация. Как правило, исключительно интерес на работе. То есть область, где самореализация творческая и техническая, она на... ну, просто, на самом пределе, максимально...” (Михаил Ф, 1976 г.р., СПб 34).



интервью)

Слова более молодых респондентов, которые составляют основную массу проинтервьюированных, добавляют нам следующие аспекты понимания нынешней ситуации с самореализацией. Во-первых, потребностью в самореализации объясняется уход из больших и громоздко-иерархических государственных организаций: "...Вы знаете, когда не хватает уже места в определенной, допустим, своей деятельности. То есть человек активный, ему надо где-то реализовываться, развиваться. А ты сидишь вот на уровне лаборатории, и ты знаешь, что ты выше завлаба не прыгнешь точно... А у тебя вроде как желание есть" (Наталья, 1967 г.р., Том 262). Во-вторых, респонденты отличают реализацию своих планов от самореализации. Это два разных процесса. Утверждается, что если планы реализовать сложно, но это поможет самореализации, человек все равно пойдет на это, несмотря на возникающие трудности: "Собственную компанию захотелось иметь ровно тогда, когда я понял, что в другой компании я не смогу делать то, что я хочу... Когда стало понятно, что в любой другой компании никогда не получится так, что я смогу реализовать свои какие-то идеи, желания и так далее, мне просто не даст местное руководство... Я подумал: чем, допустим, пытаться переформатировать существующую систему, проще построить свою. Ну, теперь я понимаю, что это не совсем проще, скажем так, со стороны организационной. Но, допустим, в плане самореализации это проще" (Никита, 1984 г.р., Том 268).

В-третьих, респонденты понимают под самореализацией максимальное развитие своих индивидуальных задатков и способностей. Реализация себя это превращение своего уникально индивидуального потенциала в реальность: "Цель в жизни — это сделать максимум того, на что ты рассчитан, на что у тебя сил должно хватить. Понятно, есть физические, умственные, (не знаю, как назвать) ментальные силы. Я считаю, что их у меня довольно много. Я считаю, что было бы неразумным это потратить на что-нибудь меньшее, чем сделать в Томске еще одну Силиконовую долину" (Андрей, 1963 г.р., Том 283)."

Хоть термином почти и не пользовались в Советском Союзе, теперь наши респонденты считают, что самореализация, естественно, была и там. Просто называлось это все по-другому. Так, один респондент говорит: "В советские времена, там, у большинства людей других способов реализации не было, кроме как наукой заниматься..." (ТП, 1954 г.р., Спб 35). Иными словами, теперь можно реализовать себя и в бизнесе, а тогда из-за ограничений на частно-предпринимательскую деятельность инициативным и предприимчивым людям, желающим добиться чего-то нового, якобы оставалось только идти в науку. Уже упоминавшийся другой респондент, описывающий свое советское детство - он ничего не умел делать руками, и родители послали его учиться решать уравнения - говорит об этом так в терминах теории самоактуализации: "Потребность к самореализации. А как малоумеющему ребенку самореализоваться - это же тоже вопрос. Еще и в режиме безденежья. [Смеется] Вот математика - это идеальный инструмент удовлетворить человека, не имея ничего в руках, ну самоудовлетворить, если шкала ценностей уже готова к этому" (Артемий, 1979 г.р., Том 279; цитата дополнена по полному тексту интервью). То есть, теперь кажется, что самореализацией занимались все и всегда, просто про это не говорили такими словами.

Интересно посмотреть на такие высказывания с позиции советской эпохи. "Этика самореализации", впервые предложенная в трудах школы британских идеалистов-неогегельянцев второй половины XIX века,

критиковалась за то, что она представляла желание реализовать свои индивидуальные способности как внеисторическую, извечную миссию любого человека: “Апологетический смысл **Самореализации этики** состоит в том, что она оправдывает всестороннее подчинение индивида законам жизни буржуазного общества, которому придается вид внеисторической, надсоциальной системы” (Фролов 1991: 378). Иными словами, идея того, что смысл жизни – в максимальном выражении своей индивидуальности, реализации своих личных способностей до предела, казалась неприменимой для многих других обществ. Особенно, для общества, которое утверждало самопожертвование как идеал личного поведения – так как всё должно было быть подчинено общему делу строительства коммунизма, а не направлено на прославление отдельной индивидуальности.

Конечно, термин “самореализация” попал в язык наших технопредпринимателей не потому, что они читали британских идеалистов Брэдли, Мак-Таггарта или Бозанкета, писавших в конце XIX века, или одного из авторов философии прагматизма Джона Дьюи, критиковавшего Грина, развившего этическую доктрину Брэдли. Он вошел в их жизнь, как свидетельствует, например, цитата из Артемия выше, вместе с простыми истинами, преподаваемых в современных бизнес школах о шкале ценностей человека. Гуманистическая психология Абрахама Маслоу и Карла Роджерса адаптировала в XX веке этику само-реализации для языка бизнес-сообщества, предложив удобное и простое представление об иерархии потребностей. Так, цитата Артемия подразумевает, что техническая интеллигенция в СССР уже решила проблемы обеспечения детей едой, безопасностью и признанием среди сверстников, и потому они могли перейти к реализации потребности в само-актуализации (термин Маслоу), а со временем и к действиям ради удовлетворения когнитивных или эстетических потребностей (что рассматривалось как еще более высшие уровни в пирамиде потребностей).

Эта явная отсылка к теориям Маслоу и простейшим представлениям, прививаемым современным бизнес-образованием, однако, может быть и интерпретирована по-другому. Когда Брэдли впервые в 1876 г. в своей книге *Ethical Writings* стал писать о самореализации, он, как идеалист-гегельянец говорил о воплощении идеи в реальности; вернее о воплощении истинной или идеальной личности в реальности – вот что такое есть самореализация. Если у вас есть способность к обжорству или пьянству, аргументировал он, стать супер-обжорой или законченным алкоголиком не значит реализовать себя. Самореализация предполагает реализацию вашей “истинной” личности. Однако когда высокий дискурс идеализма или персоналистической философии был адаптирован для уровня бизнес-школ, второе значение слова “реализовать”, т.е. “продать”, могло стать подсознательной моделью для самореализации предпринимателя. Реализовать себя тогда означает иметь успешные продажи. Если “бабло” есть единственный измеритель успеха, как говорят некоторые технопредприниматели, то под самореализацией можно понимать реализацию своего продукта или патента: продал – значит, стал кем-то, реализовал свой доселе скрытый потенциал.

И тогда можно ритуально говорить, что главное – это реализация личности, хотя моделью для реализации личности стала реализация товара. Как показывает *Oxford English Dictionary*, сам термин *realize* использовался в английском языке с начала XVII века, и первоначально - в философском смысле (в значении “воплотить”, “актуализовать” идеи или планы). Но начиная с

середины XVIII века этот глагол стал означать “превратить что-то в наличные деньги”, а с конца XVIII века – получить доходы от продажи недвижимости (по английски “недвижимость” - real estate, сравните русский термин последних 20 лет – “риэлтер”). Многие скажут, что в русском языке значение “продажа”, а не “осуществление, претворение в жизнь” была основным значением для термина “реализация” в течение всего XX века, и пришло это из использования в XIX веке торговой и аристократической элитой кальки с французского термина realisation, как указывает “Словарь современно русского литературного языка” (ССРЛЯ, том 12: 1056-57, 1060).

Не предлагают ли эти торговые коннотации следующую интерпретацию для русского термина “самореализация”? Целью жизни в России (по крайней мере, для технопредпринимателей, которых мы интервьюировали) стали не сознательный самоконтроль над страстями и поступками для того, чтобы построить коммунизм, и не желание пожертвовать собой, если будет надо, чтобы приблизить реализацию коммунистического проекта в жизни. Целью жизни стало реализовать себя (а не лучшее будущее для всех), причем некоторые уже считают, что надо реализовать себя так, что ваши уникальные способности стали бы лучше заметны не за счет уникального научного или инженерного результата, а за счет уникального размера продаж вашего продукта.

## СРАВНЕНИЕ С ДРУГИМИ КУЛЬТУРАМИ

Как эти российские этические феномены видятся в зеркале других культур? Вопрос ставится нами именно так. Надо помнить, что исследование технологических предпринимателей в Финляндии, Коре и на Тайване не предполагало четкую реконструкцию внутренних смыслов, мотиваций или особенностей этих культур. Интервью, собранные в этих странах, использовались прежде всего как зеркало для анализа российской культуры. Мы не пытались досконально описать, что такое технопредпринимательство в Юго-Восточной Азии или в Западной Европе. Иными словами, наше исследование не ориентировалось на обычные страноведческие интересы. Но мы попытались с помощью того, что респонденты из данных культур описывали как нормальные для себя практики и поведенческие ожидания (или что респонденты демонстрировали своим поведением как нормальные для себя практики), увидеть и описать странные с их точки зрения черты российской культуры, которые мы сами бы иначе, возможно, и не заметили — как рыба, плавающая в воде, не замечает эту воду, пока не оказывается вне ее.

Были и свои ограничения. В исследовании разницы региональных контекстов сразу стало ясно, например, что если в Юго-Восточной Азии проинтервьюированные нами технопредприниматели во многом пришли в этот бизнес “от рынка”, т.е. предприимчивые бизнес-акторы перескочили из малоприбыльных низкотехнологичных сфер бизнеса в высокоприбыльные высокотехнологичные отрасли, то в РФ (как и в Финляндии) технопредпринимательство, как казалось, развивалось в основном “от науки”, т.е. путем прихода ученых и инженеров в бизнес. Разница между 2 последними заключалась в том, что, в отличие от Финляндии, где многие технопредприниматели после научных учреждений и университетов поработали в больших корпорациях, переняли бизнес-навыки и корпоративные практики, а потом решили начать собственное дело и завели свои старт-апы, в России

большинство прямо из науки пошло в хай-тек бизнес (часто, конечно, не по своей воле, а из-за отсутствия денег в 1990-е гг.). Однако, подобные выводы о типичных биографических стратегиях технопредпринимателей можно делать в целом по описанным странам при значительном количестве оговорок.

Дело в том, что, учитывая ограничения по времени для сбора эмпирического материала, и учитывая трудности доступа к респондентам в Корее, на Тайване, в Финляндии наше исследование зацепило не все, а отдельные слои технопредпринимателей.<sup>13</sup> Да и для исследований в России были свои ограничения. Так, в РФ почти что не были проинтервьюированы те, кто пришел в высокотехнологичный бизнес из низкотехнологичного или из торговли, “от ларька”.<sup>14</sup> А в Тайване и Корее в интервью нам попадались именно такие предприниматели, перешедшие в хай тек бизнес из торговли и даже из сельского хозяйства. Не имея времени или возможности получить доступ к топ-менеджерам (а тем более к владельцам) крупных фирм типа Foxconn на Тайване, или Samsung в Корее, мы сконцентрировались на среднем уровне технопредпринимательства, отличительной чертой которого было такое “низкотехнологичное” происхождение. Нас спасало то, что наши российские респонденты тоже были технопредпринимателями среднего уровня, и учитывая, что мы искали разницу в практиках самопознания и самоформирования – а практики такие во многом едины для национальных культур, меняются медленно и как бы исподволь – мы описали значимые контрасты, правда, не политэкономического, а культурного характера.

Итоговый отчет исследования сконцентрировался на сравнении всех собранных данных на базе одного общего знаменателя. Мы проанализировали тексты интервью с помощью методологического аппарата теории Болтански–Тевено. Разработанная для анализа производственных конфликтов во французской социологии труда, эта теория была развита финскими коллегами для анализа того, как приводятся обоснования к экзистенциально-важным для личности поступкам. Есть шесть видов обоснования (или, в терминах данной теории, “миров оправдания”, которые первоначально были эмпирически зарегистрированы при анализе французских трудовых споров конца 1980-х гг. (см. Болтански и Тевено 2013: 252-328) Однако последующий анализ Болтански и Кьяпелло (2011: 631-638, 754-780), выделил и седьмой, “проектный мир”, который характеризует ситуацию нынешнего капитализма конца 1990-х и начала 2000-х гг., когда с помощью того, чего добивались новые левые в 1960–1970-е гг. — т.е. с помощью гибкости, личностных отношений на производстве, борьбы с иерархией и закостенелостью фордистской системы организации труда — труд закабалется еще больше. Теперь в развитых странах все всё

---

<sup>13</sup> Если бы поле занимало не 2-3 месяца, как у нас, а исследователи могли бы прожить в каждой культуре по 2-3 года, как Миклухо-Маклай, то подборка респондентов и охват всех слоев и страт технопредпринимателей в Корее, Тайване и Финляндии, могли бы быть более совершенными, с точки зрения репрезентативности собранных данных.

<sup>14</sup> Возможно, их не так и много, потому мы и не зацепили этот слой технопредпринимателей как значимый? Ведь даже если 2 месяца честного поиска разнообразных респондентов методом “снежного кома” в 4 регионах РФ не дало нам технопредпринимателей “от ларька”, то это о чем то говорит? Конечно, только дальнейшее исследование, направленное на количественную оценку процентных долей – тех, кто пришел в хай тек предпринимательство из науки или из низкотехнологичного бизнеса и торговли, даст четкий ответ о том, какова пропорция между первыми и вторыми в хай тек бизнесе.

больше работают и дома и в отпуске (и работают в результате гораздо дольше, даже если считать чисто потраченное на работу время!); все — якобы члены равных “команд”, а не иерархически-организованных фирм, которые раньше функционировали как большие патриархальные семьи. Но теперь из-за проектного, временного и гибкого характера этих набранных для осуществления конкретного проекта команд члены этих команд не имеют права на пенсию и традиционный социальный пакет постоянно занятого сотрудника и т.п. Итак, для наиболее продвинутых стран Западной Европы надо было учитывать и этот недавно описанный, седьмой или “проектный” мир. Мы стали сравнивать поэтому наши страны на базе семи миров оправдания.

Наверное, неудивительно потому, что, как показало наше сравнение, обоснование своего поведения через гибкость и создание неиерархических проектных сетей — свойство прежде всего финских технопредпринимателей. Другие способы оправдания доминируют в менее развитых экономиках: это — индустриальный мир в Корее (оправдание поведения через техническую эффективность), и рыночный мир (через заработанные деньги) — в Тайване. В России же, чему мы оказались удивлены, среди технопредпринимателей доминирует мир оправдания через вдохновение. Удивление шло от того, что оправдание определенного поведения или запретов на него через апелляции к безусловной ценности вдохновения характерно для религиозных сообществ - например, как видно из такого правила: “нельзя говорить во время трапезы в монастыре, когда для всей братии читается Библия, так как ты препятствуешь доступу брата твоего к Богу”. Социологи знают, что российские технопредприниматели в массе своей оказались достаточно близки к агностицизму или религиозному релятивизму, и редко апеллировали к Богу. Но объясняя, что движет ими, технопредприниматели в РФ говорят, что надо делать что-то большое, творческое, что главное в хай тек бизнесе — научное или инженерное решение, которое приходит как вдохновенное озарение, и без такого озарения и эйфории творчества нет великого свершения. Его хорошо бы поэтому не подчинять императивам рынка или требованиям размерности и эффективности производства.

Конечно, в повседневной аргументации люди не опираются на стандарты лишь одного мира, а отдают предпочтение нескольким из них — что соответствует их привычным стратегиям оправдания своего поведения. Исследование, таким образом, выявило основные “миксы” доминантных миров оправдания для технопредпринимателей разных стран. Для РФ это (в порядке убывающей значимости) — мир вдохновения/индустриальный мир/рыночный мир. Для Кореи — индустриальный/домашний/рыночный. Для Тайваня — рыночный/индустриальный/ домашний. Для Финляндии — проектный/индустриальный/рыночный.<sup>15</sup> (См. Ит 72-112) Любопытно, что мир вдохновения не попал по значимости даже на позицию номер три ни в одной из зарубежных стран. Это означает, что Россия кажется уникальной - по крайней мере, среди 4 сравнивавшихся стран - что настолько привилегирует мир

<sup>15</sup> Надо отметить, что в финском кейсе анализировались только фирмы, которые производят что-то осязаемое, что можно потрогать руками. Большинство из них все же имеют стабильные контракты, а “проектность” их существования видна либо в аутсорсинге и субподрядах, выдаваемых ими самими, либо в идеях, как надо жить, которым отчасти противостоит реальность их собственных фирм (постоянные контракты, а не команда, собравшаяся для одного проекта).

вдохновения по сравнению с требованиями технологической или рыночной эффективности.<sup>16</sup>

Это общее сравнение можно прояснить также с помощью сравнений России с каждой из стран, культурные особенности которых мы использовали как зеркало, в которых можно заметить специфику культуры российских технопредпринимателей. Начнем рассмотрение с Финляндии как парадигматического протестантского и западноевропейского кейса, потом перейдем к Корее (там тоже много протестантов), потом к Тайваню.

В Финляндии есть черты, сближающие ее хай тек предпринимателей с Россией. Это прежде всего частое отсутствие четко выраженной разницы между работой и хобби: респонденты говорят, что им повезло заниматься тем, что им действительно нравится. Вот типичная фраза: “Я наслаждаюсь каждым мгновением, каждым днем” (Santeri, 1969 г.р., Фин 203). Связана с этим и такая характеристика, как то, что размышляя о своей идентичности, финские технопредприниматели в основном говорят о профессиональной самооценке, как и русские (иногда бывает более тонкий анализ - оценка себя через рентабельность как предпринимателя отделяется от оценки себя как профессионала (Veijo, 1975 г.р., Фин 211). Замечания о личностной самооценке очень редки. Ну и, как я уже отмечал, среди тех технопредпринимателей, которых мы интервьюировали, большое количество пришло в бизнес из университетов, в результате того, что какие-либо научное открытие или инженерная инновация заставили их подумать о своем бизнесе. Этим они тоже напоминают проинтервьюированных нами российских технопредпринимателей.

Однако, более ценна для нас информация о различиях между Финляндией и Россией. Во-первых, есть разница в мотивах предпринимательской деятельности в сфере хайтека. Главный мотив ухода в технопредпринимательство, о котором говорят финские респонденты, это “попробовать что-то новое”, уйти из нынешней уже приевшейся университетской или корпоративной жизни: “если не попробую сейчас этим заняться, то буду жалеть потом”, потому что работать в большой фирме “скучно, надо заняться чем-то другим” (Jimi, 1975 г.р., Фин 201). Или: “Там [в компании] ты можешь видеть другой мир, который совершенно отличается от мира формальной науки...” (Eetu, 1957 г.р., Фин 202).” Часто выход из больших организаций связан с экзистенциальной скукой: у тебя есть дома, машина, двое детей, и что? Скоро пенсия и смерть? Технопредпринимательство позволяет найти значимую для жизни цель; что-то большее, чем просто самообеспечение. Второй по значимости – мотив – желание самостоятельности, работы не внутри иерархии, и без начальника; третий – реализация технологической или научной идеи. Желание видеть работающим результат своей работы стоит на последнем, пятом месте (Фин 203), что делает сразу же заметной странную привязанность

<sup>16</sup> Важно и то, что мы описали и вариацию “миксов” миров оправдания между регионами России. Например, мы видим то, что формат Санкт-Петербурга и Томска совпадает с общероссийским. У обоих одинаковый микс - вдохновение/рыночный/индустриальный. Однако, в Новосибирске доминантные миры — это вдохновение /индустриальный /проектный. То есть, в этом регионе ростки нового духа капитализма уже пустили корни, и, наверное, им просто можно было бы помочь прорасти, если хочется приблизить Новосибирск к Финляндии. А в Татарстане мир вдохновения вообще не является доминантным миром. Микс Татарстана — следующий: индустриальный/домашний/мир вдохновения, что делает этот регион гораздо более предрасположенным к реформам, направленным на приближение культурных особенностей его технопредпринимателей к культурной матрице их коллег из Кореи - индустриальный/домашний/рыночный (см. Ит 163)

российских технопредпринимателей к своим разработкам, почти что любовь к ним. Её замечаешь только после того, как понимаешь, что в финских интервью этого почти нет.

Во-вторых, финнов гораздо меньше интересует вселенские планы по реализации больших проектов фундаментальной науки; их больше интересует прикладной аспект науки, то, что будет применено и воплощено, и потому – рыночные ниши, где возможен резкий рост. В этом отношении финских респондентов поражала спесь их российских коллег: в России в экономике в 1990-е гг. был кризис, а русские вели себя как если бы их финские коллеги занимались малозначимым делом: “Вот, когда мы пытались совместное предприятие открыть в начале 90-х... Вот это удивительно было, потому что потенциальные наши партнеры из X Y Z [название университета] не казались заинтересованными совершенно. Это притом, что у вас было с экономикой в 90-е! Удивительно. Они как будто одолжение нам делали. Такая была у них прямо спесь” (Kari, 1963 г.р., Фин – Ит 107).”).

В третьих, среди ценностей семья явно стояла на первом месте, работа же стояла на втором – что отличало финнов от россиян, которые часто игнорируют радости семейной жизни ради работы. На фоне финской привязанности к семье, замечаешь, что у российских мужчин-респондентов семья чаще всего просто “есть”, как они говорят в своих ответах на вопросы про неё. Наличествует, и всё - чего про нее спрашивать? В-четвертых, финские технопредприниматели оказались более склонными к коллективизму (по крайней мере, на словах), чем российские – ведь новый старт-ап не начнешь без команды равных коллег. Им хочется самостоятельности, но в группе среди равных. Российские же многие технопредприниматели в описании своих личностных решений подчеркивают ценность самореализации, и команда тогда во многом рассматривается как необходимый, но антураж (неизбежный для старт-апа), то есть, как важное условие этой самореализации, но не цель деятельности. Финские, наоборот, рассказывая о профессиональном успехе, “подчеркивают... коллективный характер разработки или изобретения, как бы принося собственную роль” (Фин 211). Протестантская скромность здесь, по мнению авторов отчета по Финляндии, накладывается на коллективистский характер финских стартапов.

Последнее, что надо отметить – это разницу в практиках самопознания и самоформирования. Особая методичность финских предпринимателей в этом отношении подчеркивает безалаберность и неметодичность российских. Финский предприниматель чуть ли не физически страдает, когда не успевает ответить на все emailы, а ведь именно email является главным средством его коммуникации и организации жизни. Завершенность любого действия или его стадии – давнее требование методичного протестантизма, которое могло уже стать обычной чертой повседневной финской культуры в целом. Потому невозможность завершить все, что требует жизнь на данный день, невозможность хотя бы ответить на все emailы – это серьезный укор себе.<sup>17</sup> В

<sup>17</sup> В результате для душевного равновесия и духовного здоровья некоторым приходится как бы подвесить протестантские принципы. Один финский предприниматель понимает все свое несовершенство, когда идет в кино с детьми, оставив несделанную работу на пару часов – но, семья, как мы помним, важнее: “... сначала, наверное, пять-шесть лет после того, как я закончил высшую школу, я пытался победить работу, сделать все дела, но рано или поздно я признал тот факт, что я никогда не смогу сделать все дела, которые мне нужно сделать. Я не буду вгонять себя в стресс из-за того, что часть осталась несделанной” (Lasse, 1975 г.р., Фин 212).

Томске, для сравнения, отнюдь не все систематично пользовались емейлом и только технопредприниматели, вписанные в мировой рынок, ”барабанили” на компьютере десятки писем часами – обмениваясь ими с зарубежными корреспондентами. Финские же технопредприниматель мог иметь два календаря– один в лэптопе, где собирались рабочие планы, другой – в телефоне, где собирались личные; причем оба устройства не синхронизировались, чтобы не допустить путаницы.

Техники, с помощью которых финские технопредприниматели оценивали себя, могли иногда напоминать обличение. Например, некоторые из них использовали технику “360 градусов” из бизнес-учебников, собирая оценки своего поведения у всех работающих вместе с ними для сравнения с существующей у них самооценкой. Но это был подчиненный метод, по сравнению с протестантскими методами познания себя за счет объективных критериев, как-то: рыночный успех, измеряемый в деньгах, доля на рынке, технические показатели достижений. Они-то и давали базовую самооценку, к которой человек приходит путем обзора своих объективных достижений: “... я всегда горжусь достигнутым. Другими словами, если все эти работы, которые делаешь, когда-нибудь позже захочется окинуть взглядом, что ‘послушай, а вот то сделали и вот того там достиг, и руку приложил’, то будешь собой гордиться. Я не знаю, действительно ли это ‘проведение замеров’, но я всегда потом осматриваю достигнутое” (Jimi, 1975 г.р., Фин 211).

Сравнение России с Кореей тоже дает интересные результаты. Во-первых, учитывая быстрый рост протестантизма в Корее в XX веке, ожидаешь увидеть здесь некоторые черты, схожие с Финляндией. И действительно, если слишком огрублять, можно найти в чем-то похожую смесь коллективизма с индивидуализмом, которую критики протестантов в Корее называют “коллективным эгоизмом”, подчеркивая, что именно протестантские общины позволяют своим членам учиться игнорировать групповое давление. Но норма для корейского технопредпринимательства – это, наоборот, небольшая фирма, тесный традиционный коллектив, напоминающий семью, без разрешенных внутри нее ярких и колких проявлений индивидуализма. Среди мотивов корейцев заниматься бизнесом мы не увидим “самореализации” – этого термина нет и в помине. Зато есть самостоятельность как один из доминантных мотивов, понимаемая как то, что над тобой нет начальника. Цель ухода в технологическое предпринимательство часто представляется так: “...Быть хозяином, чем сотрудником. Ведь очень большая разница между тем, являешься ли ты активным участником или пассивным... Поэтому я не терял чувства цели, хотя и неопределенной - заняться своим делом, даже при отсутствии приличных накоплений” (Чон, 1959 г.р., Кор 445).”

В Корее есть три основных пути в технопредпринимательскую деятельность. Во-первых, это уход из большой фирмы типа Daewoo для основания своей собственной - небольшой, но своей. Во-вторых, это переход из нетехнологичного бизнеса в хай тек ради повышения прибыли; мотивы здесь в большинстве своем чисто экономические. И, самый незначимый среди путей в технопредприниматели – это переход ученого или инженера из ВУЗовской среды в производство, чаще всего по экономическим мотивам. Как мы не находим в корейских интервью фраз и самореализации, так не увидим мы и



высказываний о “любви к разработке”, которыми пестрят русские интервью.<sup>18</sup> Цели в основном узко-экономические, и если появляется движущая человеком задача, которая как бы возвышается (с точки зрения европейцев) над узко-практическими целями, то это задача создания хорошо работающей организации как большой семьи, где есть гармоничная система взаимосвязей, куда сбалансированно вплетены все участники сообщества, и потому идет её развитие и рост: “Любая система похожа на живое существо. Ему обязательно надо крутиться без конца, расти все вверх и вверх. Пусть я не хочу, надо расти, это существование, которое сохраняет жизнь. Я говорю, остановись, но оно не остановится. Я создам успешную систему, могу передать по наследству детям, могу поручить способному человеку, но неважно, вложил я туда всего себя или нет, в итоге система все равно будет крутиться” (Хан, 1966 г.р., Кор 445).

В отличие от России, в Корее громадное количество учебников бытового поведения: иногда кажется, что на каждую ситуацию повседневной жизни есть правило или модель рекомендуемого поведения, записанные в учебники и сопровождаемые иллюстрациями – как раздавать визитки, как почтительно говорить, и т.п. (Кор 450). Поэтому поведение людей иногда кажется европейцу до предела зарегулированным. Методичность рекомендаций подкрепляется методичностью сбора и фиксации деталей собственного поведения. Один респондент рассказывает, как на производстве его заставили завести записную книжку и каждый день записывать туда результаты прожитого дня. Сейчас накопилось куча таких тетрадей, которые респондент использует для самоанализа и самоформирования: “Когда я только пришел работать на завод, мастерству учился у этого человека. Он, протягивая мне тетрадь, сказал, чтобы я записывал в нее все. Даже сильные ругательства велел записывать. Я каждый день возмущался по поводу этих записей. Изначально начал писать по принуждению, позже, накопив несколько десятков таких томов, приобрел очень нужный учебник. Именно поэтому сейчас точно также заставляю моих сотрудников делать записи” (Пак, 1968 г.р., Кор 447).” Конечно, навряд ли речь может идти об уединенном самоанализе, ведь книжка заведена и впервые использовалась и анализировалась вместе с наставником. Наверное, здесь всё же больше имеется ввиду фиксация опыта, своего рода более дифференцированная статистика, которая потом может анализироваться, использоваться в контексте потенциальной реализации своих планов – в одиночку или с наставником. Но представить такие книжечки записей в России,

<sup>18</sup> Конечно, мы понимаем всю ограниченность и ущербность сравнения текстов интервью, взятых в радикально отличающихся культурах на родном для них языке, а потом переведенных на русский язык, на котором мы и проводили сопоставление. В этом мы повторяем все недостатки больших кросс-культурных исследований, делавшихся на английском языке, скажем, в США и Англии после 1950-х гг. Наверное, мы так же интуитивно вчитываем стандарты и установки российской культуры как некую базу для сравнения и интерпретации нероссийских феноменов – как это делали американцы, ставившие, например, модель своей политической культуры, которую называли *civic culture*, как якобы универсальный идеал, а не феномен во многом англо-американский по своей природе. Но мы хотя бы помним об ограниченности выводов, основанных на такой процедуре сравнения, и используем её с тщательным вниманием к терминам, которыми пользуемся. Например, как корейские и китайские аналоги русского термина “самореализация”, который интервьюеры предлагали вниманию интервьюируемых, они брали местные лингвистические кальки с более знакомого респондентам из бизнес-учебников английского термина *personal growth*. Учитывая, что и русский термин во многом опирается на Маслоу и бизнес-учебники, такая процедура казалась оправданной.

методично заполняемые будущими или нынешними технопредпринимателями каждый день – трудно.

И даже те, кто берет что-то не из христианства, а из конфуцианства (Корея – многоконфессиональная страна, где многим свойственен религиозный эклектизм), цитируют те его принципы, которые подчеркивают методичность, размеренность, правилосообразность конфуцианских рекомендаций: “Я руководствуюсь в моей жизни тремя изречениями. Первое — *ю са си чжон*, записывается четырьмя иероглифами, которые вместе означают ‘видеть дело с самой его отправной точки’, т.е. понимание цели. Другими словами, начав какое-либо дело, нужно видеть его окончание. Следующее — *ю са сон ху*, ‘дела до и после’, т.е. есть дела, которые необходимо сделать сначала, а есть, которые необходимо сделать потом. И последнее — *чин ин са тэ чхон мен* — ‘сделай все и жди провидения’. Это означает, что божественное вмешательство можно ждать, когда ты сделал все, что должен был” (Чон, 1959 г.р., Кор 451-452).

Кроме методичности анализа и планирования собственного поведения, которые подчеркиваются постоянно, есть и другие особенности. Корейские респонденты иногда заявляют, что вокруг так много коллективизма, что хочется побыть одному: “У меня нет религии, поэтому я по этой части знаю мало... Мне буддийский храм ближе. В церкви не дают возможности подумать самому, а я не люблю эту атмосферу, когда обязательно нужно делать, как все. Мне тем буддийский храм и нравится, что он обычно находится в спокойных местах, и там можно подумать в тишине, наедине с самим собой” (Хан, 1968 г.р., Кор 451). Подчеркнутый индивидуализм самореализации российских технопредпринимателей контрастирует здесь с повальным коллективизмом корейской жизни: даже в протестантской церкви (с её якобы нежным вниманием к индивидуальной христианской совести) в Корее тебя заставят делать, как все. Россия технопредпринимателей в сравнении с этим выглядит как страна победившего и мало чем ограниченного само-реализаторства. Конечно, и в российских старт-апах есть команда более-менее равных основателей, но это не корейская фирма-семья, и уже явно не советский коллектив.

Посмотрим теперь, как Россия выглядит на фоне Тайваня. Сначала бросается в глаза разница биографических траекторий. Среди тех, кого нам удалось проинтервьюировать, большинство провели свое детство на аграрном юге Тайваня, где их воспитывали в духе упорного и терпеливого труда в сельском хозяйстве (из российских регионов только в Татарстане можно найти что-то подобное на массовом уровне). В отличие от того, что обычно ожидаешь от патриархальной деревенской культуры, в респондентах рано развилась самостоятельность, так как они рано ушли в город, и должны были жить отдельно и присылать деньги обратно в семью. К моменту интервью все закончили технологический (правда, провинциальный) университет, многие – бизнес-школу такого же уровня. Конечно, это не самый желанный жизненный путь, если смотреть на это с точки зрения традиционной конфуцианской оппозиции “благородный муж – низкий человек”. Чтобы попасть в первые, надо закончить лучшие университеты, попасть на госслужбу и постоянно совершенствовать себя, готовясь к великим делам, чтобы войти в историю, если такое деяние тебе удастся.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Ну а если не думать высокими истинами, то госслужба хороша для тайваньцев с точки зрения приземленных прагматических целей – зарплата не очень высока, зато есть страховка, и т.п.

Наши респонденты не обладали таким образованием, потому не работали в супер-гигантах тайваньской экономики типа Taiwan Semiconductor, и не имели шансов оказаться в правительстве. Выбор технопредпринимательства был для них обоснован этими карьерными ограничениями, и материальными причинами, прежде всего деньгами – которые можно было больше заработать именно в этой отрасли, в отличие от других, куда они тоже могли бы попасть. Типичный пример: “...самым важным было одновременно добиться какой-то цели в отношении денег, затем достигнуть определенных целей в жизни. Нельзя говорить о работе, забывая про жизнь, поэтому тогда у меня в жизни кроме работы большую роль также играл и финансовый интерес... Детство я провел в сельской местности, после того, как я переехал жить в Тайбэй, я мечтал о том, что у меня будут деньги. Когда я видел успешные семьи своих одноклассников, я надеялся, что в будущем смогу стать лучше их. Такой была моя мечта” (Чэнь, 1957 г.р., Тай 332).

Но они не чувствовали себя из-за этого “мелкими” или “низкими людьми”, чьей единственной мотивацией является нажива. Судя по интервью, каждый из них уверен в том, что то, что они делают, важно и нужно не только им. Конечно, критерий мелкого человека в Китае— это погоня за деньгами. Поскольку они стараются заработать, то они и могут оказываться “мелкими людьми” с точки зрения конфуцианской ортодоксии. Надо отметить, конечно, что во-первых, эта ортодоксия представлена в их головах на строках классических текстов, а некими размытыми интуициями о приемлемом поведении, и, что, во-вторых, многие респонденты не думали о конфуцианской оппозиции “благородный муж – низкий человек” в применении к себе до того, как интервьюер спрашивал их об этом. Оказалось, что у многих из них в их мотивации присутствует еще и “надматериальный” момент— например, создать фирму, оставить ее в наследство не только своим детям, но и будущим поколениям. У некоторых есть и националистически-гражданская составляющая мотивации – надо развивать Тайвань. Все это можно интерпретировать как проявления духовного начала и стремления к величию, что позволяет нашим респондентам не думать о себе, как о мелких людях.

Я пересказываю все это, чтобы показать, насколько на фоне этой тайваньской казуистики попыток убедить самого себя, что технопредпринимательство не попадает в рамки обычных занятий “мелкого человека” (по Конфуцию), странно как бы “естественное” стремление русских технопредпринимателей к творческому вдохновению и великому делу, на которое русские способны все чуть ли не по определению. Как у корейцев, у тайваньцев нет и привязанности к разработке, которую мы замечаем среди их российских коллег. Вернее, разработки фигурируют только в контексте описаний того, что легко понимают и принимают интервьюируемые на китайском и слабо принимают интервьюируемые на корейском – то есть описаний потребности в самореализации.

Сам термин, как я уже упоминал, передавался интервьюером как китайская калька с термина *personal growth*. Тем не менее, многие респонденты, как они говорили, слышали его в первый раз, и потому рефлексировали об этом впервые. Тем более интересно обилие суждений на эту тему (в отличие от корейского кейса). Как мы помним, главная мотивация ухода в технопредпринимательство – деньги, но самореализация вставала на повестку дня, как только деньги переставали быть приоритетом: “Лучше сказать, что самореализация, вот что самое главное! Т.к. деньги, конечно... Каждый человек

относится к деньгам по-разному, например, сегодня мне нужно 100 юаней для счастья, или мне сегодня нужно 10 тысяч для счастья, возможно, мне надо 10 миллионов ... А кому-то нужно 10 миллионов, только тогда он будет удовлетворен... Каждый день можно есть пищу королей, это хорошо... Но я тоже могу есть королевскую пищу один раз в месяц, или в год... [Другое дело -] сам сделал какие-то усилия... и получил обратную связь... Вот этого достаточно..." (Вэньлун, 1971 г.р., Тай 340)." Некоторые цитировали Маслоу для обоснования того, почему им нужна самореализация (и надо пойти учиться в аспирантуру несмотря на зрелый возраст), другие говорили, что с приходом достаточного количества денег "на первый план выходит другое" (Се, 1963 г.р., и Чжоу, 1964 г.р., оба - Тай 340). Однако это "другое" – не осуществление себя полностью, не реализация своих возможностей до конца, а новый продукт или построение удачного бизнеса, понимаемые как личное достижение. Именно это, похоже, и называли респонденты китайским аналогом термина *personal growth*: "Я считаю, что закончить дело важнее прибыли. [Если] сегодня не можешь сделать, потом и говорить нечего. Сейчас ничего не можешь закончить, о каком вознаграждении в будущем идет речь?... Я считаю, что самореализация важнее. Потому что только после самореализации можно добиться богатства" (Юнсю, 1957 г.р., Тай 340-341). Кажется, что российская самореализация как этический идеал – это реализация личности, ее осуществление; в Тайване – это больше всё же реализация производственного проекта или продукта. Но не более ли честны тайваньцы, когда открыто связывают *personal growth* с реализацией в смысле продаж и достижения определенных рабочих показателей?

Практики самопознания и самоформирования на Тайване указывают на следующую странность российских технопредпринимателей. Самопознанием занимается в основном только начальник, выискивая мнение о себе самом в суждении равных ему или в мнении еще больших начальников. Так как в небольшой по размеру хай тек отрасли все чаще всего друг друга знают, то получение такой информации возможно через сплетни и слухи, рассказываемые во время регулярно проводимых обедов с более-менее равными тебе коллегами и друзьям, или за счет звонков коллегам, перешедшим в другие компании. Исключением из правила был один респондент, который после добровольной службы в армии собирал мнения и подчиненных в своей фирме; для этого он назначил "несколько приближенных людей", которые обобщали для него неформальные мнения коллектива: "на каждом объекте я обязательно держу нескольких приближенных, потому что мне нужно... у меня приблизительно 100 человек работников, я не могу за всеми уследить" (Се, 1963 г.р., Тай 338).

Коллективное суждение о человеке – база для начала работы над собой, которую можно проводить в уединении, что напоминает российские практики. Но самоотчет и самоанализ гораздо более распространены и регулярны, и практикуются либо перед сном, либо в одиночестве (например, в самолете во время частых командировок – см. У, 1957 г.р., Тай 341), причем анализируются как поступки (что сделал и сказал за день), так и явленные личностные качества (был ли слишком добр или суров сегодня?). Вот пример того, как проводит само-анализ уже упоминавшийся Се (1963 г.р., Тай 342): " 'Оценивать себя каждый день трижды' — да, я могу. Каждый день, когда ложусь в постель, я не засыпаю сразу. Думаю, может кому-то что-то сказал не так, был слишком суров, что-то сказал, не подумав, или сам что-то сделал не так. В общении с клиентами повел себя неправильно, или кто-то из клиентов мне что-то не дал. Думаю о компании, о себе, думаю, что я должен сделать, потому что каждый день есть

что-то, что волнует, вот я думаю об этом, когда ложусь.” Конечно, то, что делают во время такого анализа тайваньцы, далеко от изощренных психотехник дзен-буддизма, или от конфуцианского вопрошания себя три раза в день: “Все ли я сделал, чтобы помочь другим? Как я могу себя исправить и усовершенствовать?” Но требовать конфуцианской или буддистской изощренности от тайваньских технопредпринимателей – значит игнорировать тот любопытный факт, что они вообще-то занимаются этим достаточно примитивным самоанализом регулярно, а даже этого мы не находим среди российских технопредпринимателей!

Возможно, самоанализ у тайваньских технопредпринимателей не очень глубокий и изощренный, хоть и регулярный, потому что он практикуется не для того, чтобы придти к знанию о своей уникальной личности, а чаще всего для того, чтобы понять, какая на сегодняшний день складывается у тебя профессиональная репутация. Ведь от репутации руководителей небольших фирм зависит их бизнес-успех: с плохой репутацией у тебя не будет заказчиков и поставщиков. Потому так важна позитивная коллективная оценка твоего поведения на производстве и на рынке. Интересно, что блоги не используются для создания такой репутации – считается, что в них нет искренности; начальники ведут блоги только лишь для воздействия на своих подчиненных, чтобы либо донести до них нужную информацию, либо воспитывать их.

Итак, обзор коллегами, партнерами и боссами более высокого уровня поведения технопредпринимателя с целью формирования суждения о его деловой репутации – исключительно важная практика; все занимаются этим. Всего один респондент, который сказал, что его не волнует внешняя оценка, был единственным протестантом среди опрошенных нами: “Обычно я не думаю о таких вещах [о том, что говорят другие]. То есть, нет смысла думать, так как я работаю уже несколько десятков лет, и думаю, что если в прошлом я сделал что-то правильно — это хорошо, если сделал что-то неверно, то этого уже не изменить. То есть если сделал хорошо, то ладно, не надо обращать внимание на то, как думают другие. В любом случае, мы все предприниматели невысокого уровня, мы не политики, так как политики стремятся занять какое-нибудь место в истории, а предприниматели зачастую просто плывут по течению” (Ляо, 1962 г.р., Тай 338). В данном случае протестант может устанавливать свою самооценку в общении с Богом, или определять свое “я” по объективным техническим показателям, как в Финляндии. Его не интересует набор мнений других о нём, что является исключением из правила, хотя он и повторяет конфуцианское противопоставление благородного мужа, пошедшего в политику ради великих дел, с одной стороны, и среднего или мелкого человека, занимающегося обычными заботами, с другой стороны.

Последнее, что надо отметить – это роль богов. На Тайване есть распространенные народные верования (которые, например, откровенно не любит протестант Ляо). Они выражаются, например, в том, что “практически в каждом офисе имеется алтарь Бога богатства, на праздники устраиваются угощения и жертвоприношения”, по телевидению рекомендуют купить обереги на машины, а в офисе государственного компьютерного центра при входе решили поставить чучело-статую духа-покровителя (Тай 345). Суеверия есть и в российских инновационных офисах и исследовательских институтах – например, иконки крепятся к экспериментальному оборудованию, или приносятся в лабораторию в решающие моменты эксперимента. Но это другое.

Народные верования на Тайване – это культ с жертвоприношениями и

статуями, а не просто плюнуть три раза через плечо или постучать по дереву. Важно то, что в технопредпринимательстве на Тайване божественное вовлечено в процесс производства богатства, и это указывает на особую роль божественного в технопредпринимательстве тех зарубежных стран, которые мы исследовали. Если на Тайване боги народных верований помогают зарабатывать, то эклектичные религиозные привязанности в Корее, по крайней мере, не мешают это делать. В Финляндии спрашивать респондента о религии сложно, а коллегу – нельзя, это глубоко личное дело. Но Бог тоже важен, что показывает тот простой факт, что все респонденты наших интервью в Хельсинки ездили в детстве или юношестве на протестантские конфирмационные школы. Боги есть в каждой из трех стран, и они как-то относятся к технопредпринимательству и богатству. Особенность России заключается здесь в том, что Бога или богов для наших респондентов в их повседневной жизни чаще всего нет вообще. Зато их обычная (а потому и незамечаемая) ими реальность – это следующее: есть люди, занявшие место Бога в претензии на то, чтобы сотворить мир, и именно это, похоже, и стоит на пути коммерциализации изобретений и разработок.

Сравнение технологических предпринимателей с просто предпринимателями в России показало, что первые во многом характеризуются тем, что, как сказал один респондент, “Просто бизнесмены хотят просто заработать денег, а предприниматели в области хай-тек хотят предложить **что-то там новое** и на этом заработать денег... Это принципиальное отличие, что для них важно получить деньги за свои **творческие** усилия” (Никита, 1984 г.р., Том 263). Я выделяю в этой цитате слова “новое” и “творческие” жирной заливкой, так как это две главные характеристики, которые отличают российских технопредпринимателей от их зарубежных аналогов, которых мы исследовали. Наш анализ показал, что для технопредпринимателей на Тайване ценность зарабатывания денег стояла все же выше, чем ценность порождения нового (хотя и здесь было ясно, что деньги здесь зарабатываются только потому, что они — прибыль от инновационного бизнеса). А в Корее, когда респонденты не просто рассказывали о зарабатывании денег на инновациях, то часто упоминали поддержание малого гармоничного сообщества (за счет инновационного бизнеса) как вторую по значимости ценность. Творчество здесь тоже не было в центре внимания совсем.

Это указывает на один фундаментальный для российского хай тек предпринимательства факт. Оно, в отличие от, скажем, Кореи и Тайваня, просто помешано на творчестве и творческих усилиях разработчиков. Творческий характер работы как главная характеристика труда, большие задачи, достойные вечности (а не приземленные и сиюминутные), создание “классных новых штук”, которые в конце концов начинают работать и удостоверяют твою значимость как творца, подчеркивалось российскими информантами как ключевые глубинные мотивы, которые толкают их заниматься бизнесом в высокотехнологическом секторе. Но странность такой мотивации стала заметна только в кросс-культурном сравнении.

Эта заикленность на творчестве обычно незаметна на фоне таких общих характеристик, которые не отличают российских технопредпринимателей от их коллег в Азии и Европе — например, всем им свойственны преобладание профессиональной идентичности над личностной или глубокая эмоциональная вовлеченность в деятельность фирмы, своего дела, порождения новых продуктов. Но только в РФ из-за нашей “обреченности на творчество” можно

услышать следующие фразы об особой *любви к разработке*. Как сказала одна респондентка, ей движет “...любовь к своей разработке, которую очень не хочется... ну, не то чтобы отдавать, а чтобы она погибла и легла только в стол”. Поэтому, продолжает она, “я как предприниматель сама веду эту разработку и внедряю науку в жизнь. Я понимаю, что никто другой, кроме меня, этой разработкой настолько не заинтересован, чтобы ее внедрить” (Ольга, 1980 г.р., Том 260).

Надо оценить, плоха или хороша эта любовь к разработке, которая отличается от любви к своей компании или делу. С одной стороны, любовь эта заставляет доводить разработку до конца, не бросать начатое на полдороге, и после того, как создан работающий образец, думать о том, как бы его продать или эффективно запатентовать его принципы. С другой стороны, такая любовь может приводить (особенно в условиях отсутствия действенной защиты интеллектуальной собственности) к тому, что человек, закончив разработку, начинает заниматься производством сам, а это не есть сильная сторона многих наших бывших ученых или их нынешних компаньонов. Или любовь к разработке ведет к тому, что человек вообще ничего не делает для ее коммерциализации; мотивация здесь – примерно такая: “она работает, я люблюсь ей — и пусть человечество теперь это оценит”.

Любовь к разработке — неужели это всего лишь удачная метафора, используемая текстами наших интервью? Учитывая количество подобных метафор, как и мест в интервью, где наши российские респонденты говорят о сильных чувствах по поводу тех устройств, которые они разрабатывают или запускают в ход, следующая секция этой статьи займется этой страстью к технике. Навскидку есть сразу много аргументов за то, чтобы отнестись к словам о любви не походя, а серьезно. Во-первых, когда-то слово “любитель” (*amateur scientist*) неслучайно стало обозначением аристократов наподобие Кавендиша и Лавуазье, которые произвели научную революцию с помощью своих дорогих аристократических лабораторий. Они любили всем своим сердцем природу как творение Бога, которое изучали – и были одними из немногих, кто мог себе это в то время позволить. Во-вторых, в советское время, термин “любитель” стал частью повседневной, а не возвышенной аристократической реальности, и армия, например, “радио-любителей”, в свободное от работы время паявших на своих столах резисторы и транзисторы, подпитывала советский драйв к всемирному научно-техническому превосходству. В третьих, и сейчас идеология “любимого дела” как показал наш отчет (Ит 140), пронизывает бизнес-гиды для российских технопредпринимателей. Надо разобраться с этой любовью и с этим творчеством.

## ЛЮБОВЬ К РАЗРАБОТКЕ

Давайте для начала подробнее разберем кейс Ольги, ученого, возглавившего фирму по инжинирингу, но до сих пор считающей себе немного сумасшедшей, так как, как она говорит, технологическим предпринимательством в России могут заниматься либо безумцы, либо молодые, у которых много энергии - ведь они не просчитывают, сколько усилий на это уйдет. Разработка для нее это ситуация, когда человек “попал”, и уже не может освободиться: “[Про] этих всех людей, которые действительно лезут в бизнес, тем более высокотехнологичный -- это, действительно, надо быть

безумцем, для того, чтобы решиться... Зачастую, мне кажется, ими может двигать еще... скажем так, любовь к своей разработке, которую очень не хочется... ну, не то, чтобы отдавать, а чтобы она погибла и легла только в стол. Поэтому они когда разрабатывают, сначала движет ну, естественно, всякие научные – ну, мне хочется попробовать, мне хочется сделать это. Потом, когда он это сделал, как это будет в технологичном виде. И вот когда человек вдруг задает вопрос, а как это будет в технологии, вот тут он попал. Потому что ему после этого приходится еще и заниматься коммерциализацией” (1980 г.р., Том 260, цитата дополнена по тексту интервью). Нарратив этот интересен своими деталями. Коготок увяз, обратно дороги нет – так начинается коммерциализация разработки, безумный роман, из которого трудно выйти.

Сама Ольга руководит хай тек предприятием при университете: “Что касается предприятия – это инжиниринговая компания, которая занимается... вот есть научная разработка, а для того, чтобы вы эту научную разработку, скажем так, посадили на оборудование, да, подобрали оборудование, отработали процессы – вот это инжиниринг.” Предприятие, как оказывается, занимается несколькими разработками, но у Ольги есть и своя любимая, личная разработка, которую ведет лично, как ученый-химик: “Как бы там ни было, я занималась больше инновационной сферой, но химическую я не бросала, и сейчас у меня некий, наоборот, крен пошел где-то в химию. Или, может быть, равноценно уже стало. Химия все-таки у меня остается. И коммерциализация остается. То есть, я занимаюсь как своей разработкой – у меня есть группа научная, там, аспиранты всякие, так и есть вот коммерческая часть, когда я как предприниматель сама веду эту разработку и внедряю науку в жизнь. Я понимаю, что никто другой, кроме меня, этой разработкой настолько не заинтересован, чтобы ее внедрить. И в то же время у меня есть куча разработок университетских, которые я помогаю внедрять в народ.”

Решающий фактор обозначен точно: никто другой так не заинтересован, чтобы сделать разработку Ольги работающим устройством. Конечно, могут быть другие люди, которые по долгу службы или за деньги и за славу могут попытаться довести ее разработку до конца (как она доводит до коммерциализации не свои разработки из своего университета), но только ее интерес и драйв гарантируют, что ее разработка окончательно оживет, заработает в тысячах изделий. Именно это она называет погружением в разработку полностью, так, что интересно захлѐб, в смысле - так, что чуть не захлѐбываешься ей: “есть разработки, в которые мы буквально нырнули с головой, – это уже X Y Z [следует название], которые нам сейчас интересны. Мы видим за этим будущее, и мы сейчас вот с этим еще работаем.” (Ольга, 1980 г.р., Том 260, цитата дополнена по тексту интервью)

Похоже, что чужая разработка, не Ольги лично, тоже должна иметь своего любителя или энтузиаста, чтобы состояться. Вот как она описывает необходимые условия, чтобы запустить разработку в коммерциализацию, в создание опытного предприятия: “я увидела, что, в принципе, разработка уже созрела до того, что... То есть, есть коллектив – это самое главное, люди. Есть разработка, есть понимание того, как это может развиваться, есть некая бизнес-модель. Почему нет?” Разработка, как живое существо, “дозрело”; но самое главное, что есть люди, которые ее не бросят, которые помогут ее реализовать. И они помогут стать разработке до конца ей самой, поддержат и выведут на рынок – тут метафорика высказываний Ольги напоминает ее разговор о детях, которым надо помочь с путевкой в жизнь, или выйти в свет: “Я бы сказала так,



что я за каждой разработкой вижу, где она нужнее – на мировом рынке или на российском. У нас очень много российских разработок, которые *очень* нужны на российском рынке. И им очень трудно туда выйти. Им даже проще на западный выйти, чем на российский” (Ольга, 1980 г.р., цитаты из полного текста интервью).

Я так долго цитирую Ольгу, чтобы показать типичные связки смыслов при описании любви к разработке. Разработка без тебя не выживет; если она созрела, ее надо отдать хорошему человеку (если не можешь сама ее реализовать); как опекаемому или приручаемому, ей надо помочь найти свой рынок. Насколько, однако, это материнское отношение – гендерно-обусловленно? Гипотеза, которая предлагает себя сама – это то, что любовь к разработке оказывается во многом гендерно-окрашенной. Так, женщины, как только что цитировавшаяся Ольга, относятся к своей разработке как к “детищу”. Мужчины же, которые долго бьются над творческой задачей, и это часто можно на жаргоне представить как то, что они долго “трахаются” с неподатливыми установками или наладкой инженерии - часто используют более сексуально-окрашенные коннотации.

Например, и другая респондентка из Томска, относится к продукту как к детищу: “И когда ты, вот, допустим, сделал готовый продукт, да и ты видишь упаковку, там ну как бы,... ну как, условно говоря, родил вот этот вот... Я говорю: мы родили следующий продукт. И потом – раз! - и тебе вот начинают отклики, там письма приходят, что спасибо, действительно лечит, мы столько лет там... Искренне написано письмо. И вот это тут уж как я, ну не то чтобы это успех, но это вот гордость такая - я достиг чего-то там, допустим.” (Наталья, 1967 г.р., Том 257). Родить продукт, который как ребенок потом зарекомендовал себя, так что родитель может им и собой гордиться – это сильное чувство. Но наш первый респондент, Ольга, не только к разработке относится, как к детищу. Свой бизнес – это детище тоже. Она говорит: “Вы знаете, я не воспринимаю коллектив как вторую семью, я, скорее, воспринимаю университет как вот такое детище и сейчас компанию как мое детище... То есть у меня всегда была с детства вот эта фраза, что «мы в ответе за тех, кого приручили». И она вот всегда идет таким лейтмотивом по всей моей жизни. То есть, я не могу бросить и подставить свое детище.” (Ольга, 1980 г.р., Том 257, 274, цитата дополнена по тексту интервью).

Получается, что надо подкорректировать только что сформулированную гипотезу. Не всегда женщина относится как к детищу только к разработке. Но и не всегда только женщина способна на такие чувства к разработке. Вот строки из интервью Ленара, который тоже хочет рожать: “Конечно, хотелось попробовать сделать что-то технически оригинальное. Родить что-то свое, оригинальное и прорывное, как когда-то Билл Гейтс в гараже...” (1986 г.р., Тат 135).” Другой респондент говорит о любви к работе, идущей еще с советского времени, о желании родить свой прибор: “Мы просто всегда жутко любили свою работу, нам это было интересно. Для нас это был смысл, цель жизни. Приходили в выходные на работу. И работали до 9 часов. В общем, это делали, потому что нам это интересно. Потому что мы любили. Далекое не только из-за денег... Самое главное — это интерес к науке, то есть хотелось познать новое, познать тайны, открытия сделать. Свой прибор удивительный” (Виктор, 1956 г.р., Тат 123).

Мужские чувства подчеркиваются иногда аффективно-экспрессивными суффиксами: “когда ты делаешь какой-то [sic!] приборюгу, штуку, которую

ты... ну допустим, которой никогда не было...” (Олег, 1983 г.р., Нск 384). Иногда можно заметить эмоции, как бы исполненные иронии. Так, один респондент рассказывает про своей первый после-перестроечный заказ, когда присутствующий на интервью ученик перебивает его: “В.: А, то есть рентгеновский аппарат сделать? О.: Сделать. Да, разработать. О1.: [перебивает] Разработать и начать производить массово... О.: Вот, и соответственно, сделали мы *урода* там за 9 месяцев. С нуля! То есть, не было ни одного специалиста по рентгену вообще, с нуля просто.” (Эдуард, 1957 г.р., Нск – цитата взята из текста полного интервью; курсив мой – *О.Х.*). Не свидетельствует ли это описание того, что сделали за 9 месяцев как уродца, выражением понятной симпатии? Появившийся на свет рентген хоть и неказист (это - первая попытка что-то сделать после развала советской научной индустрии), но зато свой! Чтобы родить такое, приходится напрягаться долгое время и стараться изо всех сил. Один пожилой респондент так описал процесс исполнения задания инженером, воплощающим разработку в жизнь: “Я еще раз говорю, что пока не переспишь с огневой установкой много ночей, так сказать, бессонных, ну, сонные они сонные, конечно... Просыпаешься часа в четыре утра и все, раз, включился... Невозможно. Невозможно создать ничего, особенно огневое. Потому что огневая установка, она такая, если где-то допустил ты просчет или недочет, она моментального его сожжет в этом месте. То есть, оболочка расплавится” (Салман Зуфарович, 1942 г.р., Тат 154).

Переспать с огневой установкой – вот залог успеха запуска разработки в жизнь, создания чего-то “огневого”. Конечно, большинство цитат не имеют таких сексуальных коннотаций, а упирают на любовь, интерес, привязанность. Но даже и респонденты-женщины иногда допускают параллели между любовью к разработке и сексом: “...инновационный бизнес должен иметь сексуальную составляющую. То есть, это нельзя описать одними, это нужно любить, чтобы это влекло. Надо страстно любить это дело, как женщину” (Нина, 1961 г.р., СПб – Ит 86). Причем любить и гордиться можно не обязательно разработкой, можно и “доработками”, как в следующей цитате: “В этой лампочке процентов 80 моих доработок... Ее Путин держал в руках... эта лампочка будет работать в каждом банкомате Сбербанка” (Ярослав, 1983 г.р., СПб 36, Ит 92). Главное, чтобы разработка или доработка работали, жили своей жизнью.

В контрасте с этим идет следующее: никто не может гордиться недоработками, или любить их. Если продукт сделан без любви, только для того, чтобы закрыть нишу, всю линейку продукции, то видно, что разработку не так любили, чтобы довести ее до воплощения в совершенном продукте. И потому здесь нечем гордиться: ребенок получился не ублюдочком, которого, хоть он и несовершенно, но все равно любишь, как своего, а просто никаким: “Вот, когда Phillips приезжает, они гордятся каждым своим продуктом, у них есть гордость. Вот этого нам не хватает — у нас должна быть гордость. Но, к сожалению, у нас есть часть продуктов, которыми мы не гордимся, потому что это — не те продукты, которыми надо гордиться. Сделано для того, чтобы закрыть нишу. Но есть продукты, которые, вот, они — очень хорошие! Я действительно горжусь ими, это наш бестселлер, хороший продукт, качественный, и он отличается от того, что есть на рынке, в лучшую сторону. И признается это даже... очень приятно, когда конкуренты говорят, что мы вот с вами даже сравниваться не хотим, потому что вот в этом продукте вы — супер! Молодцы! Но здесь вот вы *не доработали*, здесь у вас плохо (в другом продукте каком-то)” (кейс 1, 1970 г.р., СПб 42).”

Надо подчеркнуть и еще один контраст - между любовью к разработке или доработкам, с одной стороны, и интересом к технике как таковой, с другой стороны. Во время интервью мы задавали много вопросов про роль разных новых технических устройств, “гаджетов”, в жизни технопредпринимателей, предположив гипотетически, что они будут уделять им особое внимание – так как пошли в технобизнес потому, что влюблены в технику вообще, и не видят себя в отрыве от нее. К нашему удивлению, разные новые средства - Айпэды и смартфоны – не вызвали особой эмоциональной привязанности, использовалась “как топор”, как чистый инструмент коммуникации, а не объект, выражающий индивидуальность владельца или используемый им для анализа или развития собственной личности. Индивидуализация смартфонов с помощью рингтонов, чехлов, расположения иконок на экране – все это для подавляющего большинства технопредпринимателей неважно. Конечно, всегда есть те, кто является “компьютеромбилистом” и настраивает новый Айфон по три дня, выискивая и тестируя все новые функции и “мулечки” (пример – ТП 1954 г.р., СПб 41), но большинство так занято основным производственным процессом, что им просто не до этого. Секрет, здесь наверное следующий: “Гаджеты ничего не добавляют к личности технопредпринимателя,” как пишут авторы новосибирской части отчета (Нск 400). Разработки же связаны с личностью, и когда их заставляют работать в перфектном виде, готовом для запуска в массовое производство, то ясно, что не только все в разработке доработали до предела, до мельчайшей детали, но и параллельно развили, “разработали” свою личность (в том же смысле, как можно набить, разработать руку) как автора до конца. Тут есть чем гордиться.

Один из самых маргинальных случаев, как всегда, являет нам в более ярком свете то, что затемняют более нормальные кейсы. Он маргинален потому, что среди всех респондентов, проинтервьюированных в Казани, он единственный, чья квази-мастерская ютится в подвале (“Все, кто *любят технику*, в КАИ гнездятся по подвалам”, по его словам), ему не хватает экспериментального оборудования и опытной установки, никогда нет денег, и т.п. Авторы отчета по Татарстану выставляют этого респондента как чистый типаж еще советского образа Самоделкина – гения технического изобретательства, не отягощенного задачей ее коммерциализовать. Но его порыв описан наиболее чисто: “Я хочу быть создателем”. Дело в том, что “самое интересное — это видеть как то, что ты создаешь — работает. Когда механизмы, которые были в чертежах, они оживают и именно, значит, выдают ту производительность, ту скорость, то качество поверхности, которые *именно ты* мыслил. То есть видеть, как фактически оживают *твои* мысли, оживают *твои* идеи” (Александр, 1973 г.р., Тат 116-117; курсив мой – *О.Х.*). Осуществление твоих мыслей в работающей разработке делает именно тебя, а не кого-то другого творцом и создателем. Это – высокий титул. Потому что, создав новую часть реальности – от разработки перейдя к реально работающей реальности! - ты делаешь себя ближе к Творцу и Создателю.

## ТВОРЕЦ И ТВОРЧЕСТВО

Создатель или Творец – неявные модели для многих технопредпринимателей, даже если они этого и не понимают после более, чем 50 лет господства советской пропаганды, утверждавшей, что каждый может осмелиться стать создателем и творцом в результате развития волны

“технического творчество масс”. Так, один томский респондент говорит: “Для меня важно, чтобы было созидание, чтобы был результат, который я вижу” (Евгений, 1978 г.р., Ит 86). Другой из Татарстана вторит: “Творчество для меня — вообще все! То есть как художник творит, пишет картины, композитор там. Я воплощаю себя в самолетах. Мне очень важно то, что думаю, придумываю. Воплощаю это сначала на бумаге, потом в цеху, потом поднимается в небо. Какая-то цепочка. Это мне дает силы и вообще интерес к жизни. Когда видишь сделанный тобой, твоими руками и головой самолет — это мечта!” (Юрий, 1962 г.р., Ит 87).” Похожий драйв – это сделать что-то, что сделает тебя ближе к статусу Творца, и превращает вроде обычное ремесло или рукоделие в сверхзадачу жизни: “Моя сверхзадача была, я и ребятам своим говорю: при жизни я хочу, вот, чтоб, так сказать, [хлопает по столу] что-то вот, вот, вот, не просто вот, вот, а чтобы вот, ‘это я сделал!’” (Виктор, 1956 г.р., Тат 120).

Отличие от Творца, правда, заключается в том, что Он вечен, а наши технопредприниматели должны реализовать свою цепочку воплощения плана или идеи в реальность при их жизни. Иначе не будет самореализации, не раскроется их уникальная личность: “...друг отца говорил, профессор..., что для инженера нет ничего круче, чем видеть разработки. Мне было лет восемь, наверное, тогда, я запомнил это. Я вот и своих ребят-инженеров всех к этому стремлю, *видеть свою разработку*, реализованную в жизнь” (Алексей, 1973 г.р., СПб – Ит 82-83, курсив мой – О.Х.).

Давайте посмотрим подробнее на 2 первичные, лежащие на поверхности, характеристики ученого-инженера-творца, которые нам предлагают интервью. Во-первых, это сравнение себя с композитором, художником, поэтом. Так это делает Юрий в цитате выше. Так это делают и другие: “Интерес, допустим, как у писателя или композитора, или еще, ну, любого творческого. Получили удовольствие от предмета того, что создаем. Это, в первую очередь. Ну и очень хорошо, если это параллельно материальные какие-то блага получаются” (Борис, 1938 г.р., Тат 146).” Получается, что ученый или инженер берет некоторую идею или замысел, как и другие творческие профессии, и постепенно воплощает их в жизнь.

Параллели с поэтом, художником, композитором, однако, не должны нам казаться чем-то очевидным. Саму мысль, что творчество возможно и в науке, причем в любой науке – приходилось доказывать еще в начале XX века – см., например, эссе польского философа Яна Лукаевича “Творчество в науке” (1912), где он опирается на Мицкевича, обоснованно считавшего, что на творчество способны лишь пророки, мудрецы и поэты, на которых снизошло вдохновение. В Древней Греции считалось, что те, кого мы теперь называем художниками, скульпторами и композиторами, не имеют возможности творить – ведь они лишь подражают природе или богам, следуя особым правилам. Только боги или поэты имели способность творить из ничего, исходя из чисто своего пред-видения - провидения или воображения. Поэтому именно их действия описывали с помощью термина *poiesis*, а считалось, что художники, скульпторы и ремесленники все занимались умением, основанным на подражании – т.е. *techne* (Татаркевич 2003). Поэтому и в древнерусском языке слово “творец” применялось лишь к Богу или поэтам типа Омира (т.е. Гомера) – туда это понимание попало вместе с первыми переводами с греческого. И даже еще в Словаре Академии Российской 1792 г. прилагательное “творческий” определялось как “принадлежащий или свойственный Богу, яко Творцу всех в мире вещей” и сопровождалось следующим примером: “Творческая десница вся

из небытие в бытие приведе.»<sup>20</sup>

Про-из-вести из собственных мыслей или идей, породить новое – когда эта характеристика Бога и поэтов стала приписываться всем ученым, а потом и инженерам и технопредпринимателям? Романтизм привел к тому, что к середине XIX века все художники и люди искусства в нынешнем понимании стали рассматриваться как творцы, ну а в конце этого и начале следующего, XX века, перенос был осуществлен и на научные специальности. В послереволюционной России с развитием движения рационализаторов и изобретателей, особенно среди рабочих, правительство пытались разбудить энергию “технического творчества масс”. Так, например, уже в апреле 1925 года циркуляр ВСНХ, подписанный Дзержинским гласил: «Страна рабоче-крестьянского советско-коммунистического строительства должна быть также страной коллективного творчества в области техники и улучшения методов труда» (Дзержинский 1967: 94).

Задача была теперь построить рай прямо на земле; и строителям этого рая приписывалась коллективная способность сотворить этот новый мир. Индивидуально же, через награды, грамоты, патенты регистрировался вклад каждого в это строительство, и получившие их удостоверялись в наличии у них того, что еще 150 лет назад приписывали лишь богам и поэтам. Отсюда такая дрожь и трепет при получении первого в своей жизни патента, например: “Ты занимаешься какой-то творческой деятельностью... Вот, те, кто не занимался творчеством, трудно понять это. Я помню, когда первое авторское свидетельство получил, бумагу: ‘Елки-палки, это же вообще. Это же будет на века!’ Никто не отберет, это как дворянство” (Борис, 1938 г.р., Тат 117).

Российским технопредпринимателям, даже если они больше не занимаются наукой, свойственно думать о своем труде все равно как о творческом, они подчеркивают такое понимание своего дела. Так, один респондент, уже полностью отошедший от физики и занимающийся теперь только менеджментом, говорит: “Я творю, только у меня теперь более... более дорогой материал. Самое дорогое, что есть — это люди. Железо же ничего не стоит (Всеволод, 1962 г.р., Нск 401).” Даже те, кто пришел в технопредпринимательство сразу после бизнес-школы и не занимался техническими науками, вторит этому: “Раньше я увлекался железом, теперь мои амбиции распространяются на оргпроцессы. Я стремлюсь создать оригинальную бизнес-модель” (Максим, 1978, Нск – Ит 87). Создатель как Творец – вот та роль, и не меньше, на которую претендует в глубине души большинство российских технопредпринимателей.

Тут и становится понятно, почему люди могут “украсить себя разработкой”, коммерциализованной или “внедренной”, как многие все еще говорят, используя термин советского времени. Вот слова одного респондента: “Вот сделана одна из разработок.... Это целый пласт разработок, их там много-много-много. Если бы один доктор наук за всю свою жизнь делал одно покрытие, и оно внедрялось, у нас бы было огромное количество разных

<sup>20</sup> Хотя в этом Словаре уже регистрируется, новое, третье значение термина “творец”, нерелигиозного и непоэтического характера: “Производитель, исполнитель чего”. Пример такого значения Словарь Академии Российской 1792 г., правда, находит в церковнославянской цитате из Послания Иакова 1:25, “творец дела”, что синодальный перевод позже уже передавал как “исполнитель дела”, т.е. тот, кто не только слушает слово Божье, но и живет в соответствии с ним.

покрытий. А их не так много. А здесь сделан просто пласт покрытий, который будет развиваться и после нас... Даже вот эта работа одна... я думаю, что она как бы так украшает...” (Анатолий, 1953 г.р., Том 286).” Иными словами, нынешняя разработка отличается тем, что внедрена, в отличие от кучи других, и это красит ее создателей, делает их ближе к Создателю.<sup>21</sup>

Отсюда понятна также и вторая как бы лежащая на поверхности характеристика наших ученых-технопредпринимателей: их апелляции к вдохновению. Например, рабочий день в их организациях идет с 9 утра до времени, когда иссякает вдохновение: “Это просто вопрос вдохновения. Если оно Вас посетило, работай, пока работается... Ну, у нас стандартный рабочий день с девяти до шести. Приходят там... Ну, в полдесятого уже все должны, в принципе, быть на месте. А уходят уже... ну, уже как заканчиваешь работу, как вдохновение кончается” (Евгений, 1978 г.р., Томск – Ит 87).<sup>22</sup> Вдохновением можно объяснить и обычное описание процесса открытия или нахождения инженерного решения: “Творческий процесс импульсивный... решение приходит подобно вспышке, как озарение какое-то” (Вячеслав, 1973 г.р., СПб – Ит 87) Это озарение напоминает появление чего-то божественного в твоей душе, что потом заставляет тебя вдохновенно работать – тебя, судя по описаниям, как бы несет на крыльях после этого озарения.

У древних греков считалось, что поэты имеют в себе божественную искру вдохновения, потому что ее в их душу буквально вдохнули боги (Аполлон или Дионис) или музы.<sup>23</sup> Потому поэты, как и боги, могут заниматься *poiesis*, творчеством нового, чисто из своей души, не имея внешнего образца в природе. В христианстве признается богодухновенный характер Писания, так как писали его люди, но вдохновение было даровано им Св. Духом. Идея того, что особо гениальные творческие люди имеют связь с богами, появляются иногда и в наших интервью. Так, один респондент говорит о том, что в его отрасли (машиностроение) все достижения есть в основном результат коллективных усилий, а “Один человек может что-то сотворить только тогда, если он особо гениальный, или, так сказать, если он Богом поцелованный” (Салман Зуфарович, 1942 г.р., Тат – Ит 86).

<sup>21</sup> Возможно, разработки “говорят” многое о личности разработчиков, потому те и становятся краше. Но тут получается, что есть еще одна возможность радикально новой интерпретации, которая не проводится в данной статье. Если вещам приписать способность говорить, то меняется сама практика обличения: на нее становятся способные не только люди, но и вещи. Ясно, что данная латуровская перспектива не рассматривалась в моей книге 2002 года, где на обличение способны только люди, потому она пока и не применялась и в этой интерпретации результатов нашего исследования технопредпринимателей. Однако, если приписать вещам голос, то надо сразу развести две ситуации: одно дело, когда в вакуумных насосах сэра Роберта Бойля перышки, падающие с одной скоростью, что и камушки, говорят нам о законах природы, и Бойль говорит: дайте вещам самим показать нам истину! Другое дело, когда заработавшая наконец разработка говорит: этот человек – гений. Это разного рода свидетельствования. Если вещи не только указывают на законы природы, но еще и обличают людей, то надо переписать всю концепцию моей “Обличать и лицемерить”.

<sup>22</sup> Похожее понимание видим не только у молодых, но и у респондентов, выросших в СССР: “Я столкнулся с совершенно другими людьми. Я столкнулся с миром людей, вообще говоря, НИИ дал мне очень много, потому что я столкнулся, во-первых, с миром людей, которые очень увлечены своим делом... которые, ну, во-первых, не следят за временем, сколько надо, столько работают, как-то все это так, и это вот сильно... Я с удовольствием погрузился в этот мир” (Марат, 1956 г.р., Том 256)

<sup>23</sup> Ср. Barasch (1985: 33): поэтическое безумие, вдохновенное музами, это когда “божественная сила наполняет поэтов *enthousiasmos* и даже делает их одержимыми”

Однако, Бога не заставишь поцеловать тебя по твоему желанию. Да и озарение приходит, когда хочет, а не когда нужно тебе. Конечно, по всяким методикам типа ТРИЗ Альтшуллера, приход его можно подготовить упорным трудом, но все равно получить его по заказу нельзя. Интересно, как это ожидание снисхождения на тебя божественного вдохновения контрастирует со следующим представлением на Тайване: “Вдохновение — это когда ты вдохновляешься сотрудничеством... Как Эйнштейн и Стив Джобс здорово сочиняли и слова, и музыку. Как, например, Чжэн Цзинь [известный тайваньский певец и композитор]. На них всех находило вдохновение. Однако это чувство проходит, так после этого как его достичь, где взять? Я вижу это очень ясно, через свой дух, я действительно могу передать вдохновение. Сегодня я спросил двух инженеров: ‘Раньше, в конце прошлого года у вас было вдохновение? А сейчас?’ Оно было на 50%, и это я смог им передать, можно сказать, что научил их, как работать с вдохновением. Но чем сильнее вдохновение, тем чаще оно случается, и можно больше натренироваться в этом...” (Цзяхао, 1967 г.р., Тай – Ит 86). Насколько этот респондент чувствует себя отчасти Богом, который может передавать искру вдохновения своим подчиненным, когда хочет, или насколько он просто говорит о том, как воодушевляет своих сотрудников речами, так как художественное вдохновение певцов и композиторов им в данный момент недоступно – не так важно. Важно, что странность этого достаточно необычного для России рассказа указывает нам на обычное понимание того, как обстоят дела в РФ. Натренироваться получать вдохновение, когда хочется – недоступно для российских технопредпринимателей.

Многие российские технопредприниматели ждут, когда на них снизойдет это вдохновение, и потому, как они говорят, они не могут до конца спланировать производственный процесс – ведь все равно все придется перекраивать потом, так как вдохновение не запланируешь! Вот один из примеров: “Я сам как бы, ну, весьма творческий человек, и как бы для меня управление временем... это как бы такая вещь, которая меня всегда как бы напрягает. Я не могу жить по расписанию исключительно. Это меня очень сильно напрягает. Я не смог бы быть чиновником, где все расписано заранее там. Я стараюсь как бы постоянно изобретать...” (Тимур, 1973 г.р., Тат – Ит 87) Россияне корейского происхождения, переехавшие работать в Корею на долгий срок, подмечают, что в России слишком много творческих людей, а нужны бы жесткие и методичные бизнес-организаторы: “Это основное различие людей, которые работают в бизнесе и людей, которые... работа творческих людей. То есть они ничего особо не планируют. То есть если я и планирую, то это... нету потом жесткой линии. А люди бизнеса, они все жестко планируют, знают к чему идут. Вот такие вот люди сейчас нужны России” (Игорь, 1959 г.р., Кор – Ит 87). Иногда засилье творческих личностей даже ведет к дисфункциям, когда каждый пытается добавить какую-то инновацию, и тем искажает технологический процесс.

Так, один респондент говорит про своих западных партнеров: “...они какие-то такие упорядоченные, правильные. Вот они... в них меньше творческого элемента. А у нас в России так много творчества, что даже бывает, в понятный технологический процесс... наш русский инженер всегда пытается что-то внести. По пути. Поэтому очень часто вроде по технологической карте мы получаем что-то совсем другое. Это, с одной стороны, беда, когда идет к процессу, а с другой стороны, это наше преимущество, потому что у нас вот

очень творческое... вот это вот мышление, и мы можем найти вот, бывает, непредсказуемые технические решения, о которых на Западе никто бы даже не подумал бы. То есть то, что они методично вырабатывают, наши могут просто сесть и подумать. Вот так подумать — и раз! На основе каких-то интуиций, опыта и еще чего-то рождается вот это вот нечто, что потрясает просто даже западные умы” (Ольга, 1980 г.р., Том - Ит 110). Вот оно, самопонимание технопредпринимателей: такое повсеместное творчество таит в себе как опасности, так и возможности для неожиданных успехов страны.

Но, может, это ошибочное понимание? Может, прав русский кореец Игорь в цитате выше: стране в основном сейчас нужны методичные коммерциализаторы, а не люди, желающие за счет вдохновенного творчества стать ближе к Творцу – причем, еще при жизни? Ведь, как заметил один из респондентов, “... люди, которые умеют и любят разрабатывать что-нибудь, как правило, с трудом могут что-то продавать. Такие люди есть, я не отрицаю, вот, но, к сожалению, я, вот, не вошел в их число” (ТП, 1967 г.р., СПб 47).

### ЭЙФОРΙΑ И КАЙФ КАК ПРИЗНАКИ БЛИЗОСТИ К БОЖЕСТВЕННОМУ

Идеал интересной, захватывающей работы был навязан массам еще в советское время. Как говорит один респондент, “...нас воспитывали, что работа должна быть интересной, и, [мы] естественно, стремились к интересной работе” (Вера, 1952 г.р., Том – Ит 104). Это остается и в пост-советской технопредпринимательской жизни: деньги важны, но интересная работа – важнее, по крайней мере, на словах: “Финансы же тоже такой инструмент очень важный... если их хватает на то, чтобы себя обслуживать как бы на уровне достаточном. Нет такого стремления, чтобы там вот подмять под себя все там и дальше и дальше и в гору. Смысла нет, жизнь-то не в этом... Имея возможность жить, надо реализовывать интересы, а интерес именно в этом... т.е. не ставятся задачи там вылезти, там поймать все наверху. Смысл теряется” (Анатолий, 1953 г.р., Том 263).

Подобные утверждения – что интересная работа важнее, чем деньги – удивили бы и многих корейских и многих тайваньских коллег Анатолия. Но именно это в России часто представляется особенностью успешных технопредпринимателей вообще. Так, Андрей (1963 г.р., Том 283), говорит: “...это еще одна общая вещь для всех, наверное, успешных предпринимателей в области hi-tech: я никогда не занимался тем, что мне не нравится. Ну, просто принципиально. Вот если мне не нравится, значит, я этого делать не буду. Когда занимаешься тем, что тебе нравится ... да, это не воспринимается как какая-то нагрузка, как что-то тяжелое. Занимаешься этим, потому что это доставляет удовольствие.” То же самое ощущение, но сформулированное уже как краткий принцип, почти девиз, мы находим и среди более молодых: “Нельзя заниматься нелюбимым делом ради денег” (Равиль, 1981 г.р., Тат – Ит 139).

У Маркса есть понятие всеобщего труда, разработанное еще в *Grundrisse*: это – такой труд, когда работа и отдых совпадают друг с другом, когда все настолько интересно, что понедельник - не черный день календаря, а, как писали Стругацкие, “понедельник начинается в субботу”, то есть упоенно работаешь и на уикенды и ходишь каждый день на работу как на праздник. Насколько это понимание Стругацких стало повседневным среди российских технопредпринимателей, видно из следующей цитаты: “...в отличие, наверное, от большой массы людей, для которых понедельник — трагический день, надо



вставить после выходных и идти на работу — у меня много-много лет такой трагедии не существует. Мне здесь достаточно интересно, хотя все осточертевает периодически, все эти бумаги... Ну, съездил, отдохнул ... и, в общем-то, с неким удовольствием возвращаешься даже к рутинным делам. Т.е. я довольно часто и выходные здесь провожу, и не только потому, что часто позарез надо, времени не хватает, но и потому, что у меня нету особого такого разделения — ага, вот личное время, там мне интересно, а здесь вот я выполняю работу” (Владимир, 1956 г.р., Том 280).”

Такой труд, утверждала обычная советская интерпретация – это свойство будущего, коммунистического общества, но отдельные творческие профессии могут являть нам некоторые аспекты всеобщего труда уже сейчас. И многие верили, что уже живут так. Другой респондент, у которого основные рабочие навыки тоже были получены в научном институте в советское время, так описывает это: “Мы просто всегда жутко любили свою работу, нам это было интересно. Для нас это был смысл, цель жизни. Приходили в выходные на работу. И работали до 9 часов. В общем, это делали, потому что нам это интересно. Потому что мы любили. Далекое не только из-за денег... Самое главное — это интерес к науке, то есть хотелось познать новое, познать тайны, открытия сделать. Свой прибор удивительный” (Виктор, 1956 г.р., Тат 123).

Я повторяю эту цитату, потому что в этом на первый взгляд достаточно банальном описании представлены все три основных элемента (жуткая любовь к интересной работе, требование новизны и тайны, и реализация себя в удивительном приборе), частью которых являются слова, противостоящие банальности и обыденности: жуткая, тайна, удивительный - от слова “диво” или “дивиться”. Использование таких слов показывает, почему человеку было интересно заниматься такими делами. Дивиться на мир, открывать тайны, быть жутко влюбленным – всё это завораживает и очаровывает. Про интересную работу и любовь к ней мы уже рассказали. Посмотрим теперь подробнее на второй элемент - на тягу к новизне, на порыв против рутины, где самое притягательное – тайна. Потом перейдем к третьему элементу – к удивительным приборам.

Иногда кажется, что тирания новизны – одно из условий интересности работы. Как говорит один из респондентов: “...я не могу (вот я лично), не могу заниматься повседневной, однотипной, условно говоря, конвейерной вещью. ...я никогда не смогу остановиться, чтобы делать все единым, жестко завязанным способом” (Александр, 1970 г.р., Том 260). Новое важно еще и потому, что если оно действительно новое – это заявка на признание твоего достижения в глазах релевантного сообщества: “Оригинальное, действительно новое решение... оно всегда находит признание в итоге” (Андрей, 1963 г.р., Том – Ит 87). Новое прикасается к тайне, так как извлекает новый элемент реальности как бы из небытия: “Сделать своими руками новую штуку. Реально новый продукт, которого еще не было. Вот это наверное главное” (Кирилл, 1986 г.р., Спб – Ит 87).

Мирча Элиаде, описывая феноменологию религии вслед за Рудольфом Отто, подчеркивал, что одним из центральных переживаний сакрального является *mysterium fascinans*, жуткая, но завораживающая тайна (Элиаде 2000: 254). В технопредпринимательстве такое переживание дается самой деятельностью по постижению тайны и запуском в ход чего-то, чего принципиально не было до тебя. Не поэтому ли страх и трепет, которые сообщают завораживающие тайны традиционных религий, имеют такое

несильное влияние на наших технопредпринимателей? Как заключает отчет о Татарстане, например: “большинство из них люди неверующие, но часто суеверные... Все наши информанты демонстрировали уважительное, но одновременно отстраненное отношение к религии” (Тат 143).

Да и может ли это быть по другому? Когда читаешь описания захватывающей реальности научного открытия или воплощения в жизнь новой инженерной идеи – а в обоих случаях из тайны и небытия появляется новый элемент объективной реальности – то кажется, что люди, занятые этим, находятся в эйфории. Точнее, тут надо развести, как говорят технопредприниматели, эйфорию захваченности процессом и кайф от полученного результата. Эйфория процесса схватывается, например, такой цитатой: “Испытываешь иногда настоящую эйфорию от решения сложной технологической задачи” (Алексей, 1964 г.р., Тат 146). “Сложная” здесь не значит: сложенная из большого количества компонентов, а потому трудная для решения из-за своего объема. “Сложная” очень часто означает – вселенского масштаба, так как чарует то, что ты касаешься тайн мироздания: “В этом смысле, эта задачка, конца и края которой не видно. Ну, то есть потолка не видно. Вот этим интересно заниматься. А задачи под заказ, ну, вот конкретные, температуру плавления шпика мерить, ну, с точки зрения инженерии, да, мы бы взяли бы, но не знаю... ну, что я буду мерить эту теплоту плавления шпика... В нашем случае, наши цели, которые мы перед собой ставили, в компании, и те задачи, которые мы могли решать при помощи нашего оборудования, они просто вселенского масштаба” (Константин, 1981 г.р., Нск 386-387, цитата дополнена из текста интервью)

Процесс решения таких задач настолько захватывает, что приносит очень интенсивные положительные переживания: “Вот, и смысл в том, что это такое удовольствие колоссальное. Я вот не помню, какую-то задачу решал, сел вечером, утром когда-то встал, значит, две статьи написал. То есть это незабываемое такое ощущение, которое хочется повторять и повторять. Нет, это такой вот кайф специфический...” (Сергей, 1954, СПб – Ит 87) Когда на человека нисходит Божья благодать, это тоже дает острое переживание невыразимого блаженства. Настолько острое, что некоторые уходят в монахи, чтобы пережить его еще хотя бы раз. Основное напряжение монашества, однако, заключается в том, что многие из ушедших больше никогда не получают этого опыта. Здесь же, в научном и технологическом предпринимательстве квази-переживание благодати дается несколько раз в жизнь, если не несколько раз в год. Но это - особо одаренным.

В ответ на вопрос, почему так нравится и увлекает работа, следует ответ: “... я бы сравнил со спортивным, что ли, интересом. В чем кайф, не знаю там, бегать в слякоть и гонять мяч, да? И в чем кайф в хоккей играть? ...со многих точек зрения — это поведение, скажем так, для продолжения рода, если считать, что человек на это запрограммирован, это поведение не совсем рациональное. Ну, хочется просто, получаешь эмоции от этого, хочется этим заниматься и этим занимаешься... Наверное, в первую очередь, потому что мне просто всегда очень нравилось этим заниматься” (Олег, 1983 г.р., Нск 386).

Технопредпринимателю понятно, что снаружи, не изнутри игры, она может казаться абсурдной; особенно, если не приносит сейчас денег или не принесет их в будущем. Но те, кто участвуют в ней, знают, какое интенсивное удовольствие можно пережить, занимаясь ей – а такое, бывает, и за деньги не купишь.

Совсем кратко одна цитата схватывает получаемое технопредпринимателем удовольствие так: "...меня штырит от решения сложных задач" (Тимур, 1973 г.р., Тат – Ит 87).<sup>24</sup> Надо подчеркнуть, что это отличается от удовольствия от риска, которому подвержен любой предприниматель, и которое некоторые бывшие ученые, ставшие теперь предпринимателями, в себе открывают: "...это доставляет массу удовольствия. Знаете, сколько доставляет адреналина, например, разориться? [Смеется]. Это не тысячу баксов в казино проиграть, а взять и потерять предприятие, которое (тогда оценок нормальных не делалось), ну которое могло стоить, скажем, при 1,5 миллионах долга оно могло стоить 2-3 миллиона долларов. Это казино-то похлеще... Все люди, которые занимаются бизнесом, они, так или иначе, игроки" (Андрей, 1963 г.р., Том 262). Кайф от риска – не специфическое свойство технопредпринимателей, а то из коммерческой жизни, что они узнают вместе с другими предпринимателями. Кайф от решения сложных задач – свойство, специфичное для российских технопредпринимателей.

Второй тип удовольствия - кайф не от процесса, а от результата технопредпринимательства - упоминается в интервью не менее часто. Только здесь штырит и прет не от соприкосновения с тайнами мироздания, а от радости рассматривания своего собственного нового продукта, который ты удивительным (и часто таинственным для себя, так как озарение необъяснимо) способом породил: "...вот именно вот, когда ты бьешься, бьешься и получается. Это кайф! ...для разработчика или ученого видеть твой продукт в жизни — это очень круто! И в этом, на мой взгляд, дух антрепренерства, который заставляет ученых открывать компании. Они хотят сделать классную штуку" (Алексей, 1973 г.р., СПб - Ит 71). Другой респондент как раз выделяет аспект, что все таинственным образом как-то собралось и заработало само: "Самый-самый кайф вот во всем этом — когда оно собранное работает. Вот кайф! И оно работает, как надо. Вот все! Есть деньги — нет денег, нужно будет кому-то — не нужно. Когда как ты хотел сделать, оно сделалось, и оно так собралось, и оно так как надо работает — вот это кайф" (Григорий, 1972 г.р., Том 286) Третий респондент описывает ситуацию, когда ты встречаешь этот продукт в жизни не первый раз, а уже в "зрелом возрасте". От этого удовольствие его лицезреть все равно не меньше: "Меня не меньше прет..., когда стоишь на посадке, на рейс, а человек досматривает матч на айпаде, а ты через плечо смотришь и по качеству определяешь, что это 'К\*\*\*-ТВ'. Не какой-то там другой продукт. Причем, как бы, я вижу его только по картинке, по качеству картинки. Я знаю, что никто другой не сможет так передать по качеству картинку. Перед взлетом он закрывает приложение... — Да, 'К\*\*\*-ТВ'!" (ТП, 1976 г.р., СПб 39). Надо отметить, что этот кайф от результата своего творческого труда свойственен как молодым, так и пожилым респондентам: "Интерес, допустим, как у писателя или композитора, или еще, ну, любого творческого. Получили удовольствие от предмета того, что создаем. Это, в первую очередь. Ну и очень хорошо, если это параллельно материальные какие-то блага получают" (Борис, 1938 г.р., Тат

<sup>24</sup> "Штырить" – для тех, кто не знает молодежный жаргон – это синоним выражений "испытывать кайф", "переживать эйфорию". Термин был первоначально связан с культурой наркотиков, и "штырить" могло означать и "плющить, колбасить", т.е. неприятные последствия, а не только ситуацию, когда есть приятные переживания, когда "вставляет". Однако, нынешнее доминантное значение – положительное переживание, связанное с улетом и вдохновением, как в фразах "От этой музыки меня штырит не по-детски!"

146).

Удовольствие от продукта своего труда можно разложить на 2 части. Во-первых, это кайф от того, что твой индивидуальный замысел, твоя личная фантазия породили новую реальность (вспомним, что на это у древних греков были способны только боги и поэты). Мы уже цитировали Александра (1973 г.р., Тат 117; курсив мой – О.Х.): “Самое интересное — это видеть как то, что ты создаешь — работает. Когда механизмы, которые были в чертежах, они *оживают* и именно, значит, выдают ту производительность, ту скорость, то качество поверхности, которые *именно ты мыслил*. То есть видеть, как фактически *оживают твои мысли*, оживают твои идеи.”

Технопредприниматель здесь понимается как Создатель, который оживляет замыслы, приводит их к жизни в виде работающих механизмов с четко заданными тобой характеристиками.

Во-вторых, если ты подражаешь Творцу, и смотришь, как твои мысли творят новые, доселе не виданные элементы мира, то ясно, что удовольствие твое не только создать, но – как делал и христианский Бог, например – и поименовать: “У меня такого счастья много. Нет, есть вещи приятные, безусловно. Допустим, вот мы сделали то, что до этого не делал никто в России. Мы создали два рынка... два продукта, которых просто не было до этого, да. Новый тип потребления. Это приятно... В другую часть страны приезжаешь, смотришь там, а там по реке на лодке, которую ты разработал, так сказать, и изобрел, ездят люди. Ну, приятно ж, конечно, там, да. Название, которое придумал ты, вот оно, пожалуйста” (Всеволод, 1962 г.р., Нск 386).”

## ЭЙФОРИЯ ТВОРЧЕСТВА ИЛИ МЕТОДИЧНАЯ ПРОДАЖА?

Получается следующая картина: российские технопредприниматели ведут себя как Творцы, и в процессе этого они исполнены божественного творческого духа и объаты эйфорией. Когда они реализуют свой уникальный замысел – в результате долгих трудов (“бьешься, бьешься...”) и снизошедшего вдруг на них озарения – они реализуют и свою уникальную личность, как творца вот именно этого куска реальности или мира вокруг нас. К этому можно относиться как к симпатичной, смешной или смехотворной гордыне – в зависимости от того, как вы относитесь к такой попытке притязать на мощь и размах самого Создателя. Но именно это притязание досталось нашей научной культуре (а теперь и технопредпринимательству) вслед за 70-летним господством советской цивилизации, которая пыталась убедить всех, что можно построить рай на этой земле, в этом, а не потустороннем мире. И что каждый может в силу способностей и возможностей поучаствовать в драме под названием “Трудно быть богом” (название еще одной книжки Стругацких): каждый, если на него нисходило творческое озарение, мог вместе с другими подобными людьми стать коллективным Творцом нового мира, как социального, так и физического. Это, как казалось, было трудно и доступно не всегда и не всем, но в принципе осуществимо.

Конечно, не только советский эксперимент пытался поселить в душу масс это ощущение, что каждый может быть творцом и претендовать почти что на божественную мощь. В других религиозных традициях могли думать о том, чтобы сначала дешифровать, а потом скопировать Божий замысел и промысел. В некоторых осмеливались его реализовать, порождая Големов, Франкенштейнов или целые общества типа “Дивного нового мира” Хаксли. Но

мало где гордыня человека достигла таких высот, чтобы возможность стать Творцом в одном отдельно взятом кусочке реальности предлагалась не отдельным людям или группам населения, а всем! Будить социальное и техническое творчество масс, дать эту способность каждому, было официальной государственной программой, похоже, только в СССР и странах социалистического лагеря.

Сравнивая Россию с другой великой научной державой XX века, США, замечаешь следующее. Стивен Шейпин, описавший изменения в научном призвании в англоязычном мире за последние четыре века, писал, что натурфилософ или ученый рассматривался начиная с середины XVII до начала XX века как существо особого рода. Во-первых, у научного знания, полученного в результате чтения в книге мироздания, написанной Богом, был особый статус. Человек, постигавший тайны этой книги, был не просто человеком, а человеком, приобщенным к божественным тайнам и исполненным божественного *afflatus* (это - латинский термин, означавший вдохновение; Shapin 2008: 24). Во-вторых, он подражал Богу в своих мыслях, когда он правильно познавал законы природы. Это было общим местом и для Бойля, и для Ньютона и для Пристли – их знание не было знанием простолюдина или здравым смыслом; оно было возвышенно, так как давало доступ к истинам мироздания и Божьему промыслу. Конечно, конец XIX века привел к крушению разных метафизических картин мира, и уже в первой половине XX века наука, опирающаяся теперь на экспериментальный метод почти на все 100%, попыталась откренститься от метафизики и религии - показав, что она опирается на обычные методы работы с инструментами и материалом, на которые способен и здравый смысл. Наука теперь была не созерцательной, а пыталась активно проникнуть в секреты природы, и даже породить новые элементы оной, но те, кто делал это, не думали больше о себе как о слугах господних. Наоборот, они видели в себе обычных городских жителей, следовавшим двум оставшимся святыням – правилам научного метода (в их области знания) и безусловной достоверности правил математики. На это можно было опереться в конструировании достоверных заявлений о природе, но это уже не была роль священников при Боге, которые помогают приоткрыть его планы.

До этого идея научного призвания подразумевала, что Бог призвал ученого лучше помочь людям разобраться в книге природы. Потому люди типа Бойля думали о себе как о “любителях” - их призвала к их действиям любовь к Богу. Появление профессионального ученого поменяло правила игры. До конца XIX, да и в начале XX века было трудно заработать много денег в науке (союз государства и науки еще не был так крепок, как сейчас), и те, кто шли в науку, оказывались в ситуации бедной добродетельной души, если только они не были богаты, как Бойль или Кавендиш. Потому большинству ученых приписывалась тогда особая мораль бедности и скромности: надо было похоронить многие свои материальные интересы, чтобы заниматься наукой (Shapin 2008: 38, 45).

Всё поменяли вторая мировая и последовавшая за ней холодная война. Хиросима поставила под вопрос наличие у ученых особых добродетелей – так как ужасные последствия их изобретений и вдруг появившиеся большие заработки свидетельствовали о серьезных моральных проблемах. К тому же, для военно-промышленного комплекса вдруг потребовалось много ученых; а сама наука стала коллективной работой большого количества людей в громадных организациях. После второй мировой 50% американских ученых работали в составе 45 крупнейших корпораций (Shapin 2008: 94). Социологи видели в этом

проблему, ведь ради получения прибыли ученые могли принести в жертву идеалы незаинтересованного научного знания. Менеджеры научных отделов и лабораторий в корпорациях видели же проблему в другом: они не замечали конфликта ценностей, и их больше интересовало сравнение их отрасли с соседней, и то, что наука не выглядит как приключение, а как скучное занятие, куда идут странноватые асоциальные люди. Сидеть с пробирками в лаборатории корпорации, где сидит еще 200 человек – это вам не в футбол играть (что бы не говорили российские технопредприниматели сейчас о науке как об увлекательном спорте). Хотя последнее поменялось после 1957 года, когда был запущен спутник, и открылась эпоха освоения космоса и соревнование двух сверхдержав в научном, а не только военном плане. Большая наука стала увлекательнее.

В этом описании, однако, мы не видим массового порыва творить новый мир, как не видим и желание взять себе толику претензий Творца. После появления индустриальной науки и окончательного угасания в начале XX века фигуры натурфилософа или естествоиспытателя, который пытал природу, чтобы приоткрыть для всех Божьи секреты, американские ученые стали похожи на корпоративных клерков и инженеров. А оные работали в большей мере из-за необходимости кормить семью, чем из-за потребности в поиске истины, и уж точно не из-за необходимости сотворить новый прекрасный мир на земле (Shapin 2008: 91). Соревнование с Советами сделало американскую науку еще более хорошо оплачиваемым спортом; но главное – оно принесло дух приключения, оно помогло развить соревновательный дух.

Новой стадией развития стала пора *entrepreneurial science*, предприимчивой или предпринимательской науки. Массовый переход американских ученых в предприниматели, начавшийся в конце 1970-х и ставший бумом в 1980-е, сделал университеты местом для постоянных этических размышлений и сомнений: например, этот биохимик работает в университетской лаборатории на благо общества, или на благо своей компании, которую он открыл за воротами университета? Многие университетские ученые критиковали коммерческий порыв своих коллег, которые стали предпринимателями от науки. В то же время, ушедшие говорили, что только в коммерческой компании они избавляются от разного рода ограничений и делают науку более оперативной и эффективной. Перелив ученых туда-обратно (из университетов в предпринимательство и назад) есть черта науки США, которая отличает ее от России и сейчас. У нас редко возвращаются обратно в чистую науку – не хватает серьезных грантов, привлекательных позиций, да и навыки научного труда теряются или кажутся не такими привлекательными после предпринимательского или менеджериального опыта.

Подытоживая свою моральную историю науки, Шейпин отмечает, однако, что после научно-предпринимательского бума индивидуальные добродетели и личностные качества снова стали важны. Как и были важны до начала XX века, когда ученым приписывали высокий или особый моральный статус, особый набор научных добродетелей. В венчурном бизнесе и стартапах именно личное доверие инвестора определяет многое; здесь не работают стандартные тесты и критерии, и личностные контакты снова определяют будущее наиболее прорывной науки. Она этим отличается и от университетской науки, и от лабораторий крупных компаний. Но и в новом американском технопредпринимательстве (даже в том, что творит организмы с заданными свойствами, модифицируя гены), мы вряд ли найдем гордыню советского

ученого или пост-советского предпринимателя, который шел бы туда, чтобы почувствовать приятную тяжесть бытия Богом. На такое святотатство большинство американских ученых и технопредпринимателей не решились бы.

Некоторые примеры заоблачной гордыни американских технопредпринимателей, как кажется, найдутся тоже. Например, один из проинтервьюированных нами сознательно заимствует высказывание Стива Джобса для определения своей позиции. Он говорит следующее про различия между старым и молодым поколениями технопредпринимателей: “Просто некая новая энергия присутствует в некоем новом молодом поколении. Я считаю, что и среди молодых есть те, кого можно назвать там *old school*, да. И среди взрослых и зрелых предпринимателей тоже есть и те, и другие. Есть прогрессивные, и есть так себе. Поэтому здесь не показатель возраста, а то, что вот именно, как бы молодая энергия, горящие глаза и желание как бы оставить, как говорил Стив Джобс, ‘вмятину во вселенной’, вот, оно как бы присутствует. Ну, во всяком случае, на российском IT рынке там оставить вмятину хочется” (Тимур, 1973 г.р., Тат 126, цитата расширена по тексту интервью). Кажется, что он просто опирается на американский научно-предпринимательский драйв, если не копирует его. (Ранее в тексте этой статьи я уже цитировал его высказывание, что он сознательно делает Джобса своим персональным героем.)

Однако, надо понимать, что высказывание Джобса насчет *make a dent in the universe* – достаточно культурно-специфично, и во многих своих аспектах не означает замах на радикальную переделку вселенной. Само слово *dent* употребляется чаще всего для обозначения небольших вмятин от удара чем-то острым или имеющим режущие или жесткие грани - например, гвоздем, ножом или гаечным ключом по кузову машины. Знаменитая биография Джобса, написанная Уолтером Айзексоном, которая популяризовала этот девиз Джобса, упоминает это выражение несколько раз. Во-первых, есть целая 15 глава, которая так и называется “Вмятина во Вселенной”, где красочно рассказывается о запуске Джобсом нового продукта – компьютера Macintosh в 1984 году, когда он действительно, как теперь кажется, установил правила игры на рынке персональных компьютеров, показав новые графические возможности Мака и интерфейс с иконками (который Windows скоро скопировала). Но он также оставил след и в истории предпринимательства тем, что его реклама сознательно описывала IBM как Большого Брата из мира Оруэлла, который пытается единолично контролировать рынок компьютеров (Isaacson 2011: 159-170).

Кроме этого описания презентации Макинтоша миру, которая оставила вмятину во вселенной, Айзексон еще упоминает, как Джобс пользовался этой фразой в общении с программистом Биллом Аткинсоном, убеждая его переехать работать на Apple, так как иначе он не будет на гребне волны, а всего лишь будет тащиться на серфинге в ее хвосте, и это не будет так кайфово – ведь он не оставит вмятины во вселенной. Есть и использование слова *dent* в буквальном значении. Джеймс Винсент так был расстроен после общения с Джобсом (который был недоволен пробными рекламными роликами про Айпэд), что кулаком ударил по стене дома, где он жил, и оставил в ней вмятину. Пару раз то же самое говорится о продуктах, а не о людях: компьютер Apple II не мог оставить вмятины, потому что Джобс пошел делать Мак; и ранние версии планшетов до Айпэда не могли оставить вмятины тоже (Isaacson 2011: 92, 94, 490, 499). Все примеры говорят об импринте, отпечатке от удара чего-то резкого и решительного.

Надо понимать, что Джобс, кумир нашего респондента из Татарстана – это не Гейтс, о чем Айзексон эксплицитно пишет в отдельной главе. Гейтс всегда снисходительно относился к Джобсу, так как Стив не умел программировать. Зато Джобс считал Гейтса скучным, так как тот не ездил в Индию как хиппи в поисках себя, не принимал ЛСД, не понимал ничего в каллиграфии, стиле и вкусе – и сразу же бросил гарвардскую науку, как только забрезжила возможность заняться предпринимательством. Гейтс в этом отношении ближе к тем технопредпринимателям, которых описывает Шейпин в своей книге: это люди, вышедшие из науки. Джобс же шел через субкультуру, поиск себя, гуманитарные науки, хотя ему всегда нравилась и электроника. Его герой в детстве – изобретатель Эдвин Лэнд, основатель компании “ПолярOID”. Уже в 12 лет Джобс звонил сам другому своему кумиру, Биллу Хьюлетту из компании Hewlett Packard, найдя его номер в телефонной книге, чтобы попросить у него запчасти для устройства, которое он делал у себя в гараже. Задачей его жизни, считает Айзексон, было сделать компанию, похожую на Polaroid или HP, которая пережила бы надолго его самого (Isaacson 2011: 172, xix). Иными словами, хотя риск и желание больших результатов чуть ли ни вселенского масштаба присутствуют в этой истории, мы не находим у Джобса желания переделать вселенную как Творец. Есть желание оставить очень заметный след, но не больше. Ну а большинство американских технопредпринимателей напоминают нехаризматичного Гейтса.

#### ДВА ПУТИ: МОЖНО И НУЖНО ЛИ ВЫРВАТЬСЯ ИЗ ЛОВУШКИ ТВОРЧЕСТВА?

Что можно тогда сделать с распространенным желанием россиян не просто оставить вмятину во вселенной, а переделать ее совсем, хотя, как мы знаем, им “трудно быть богом”? Что делать с квази-религиозным переживанием среди российских технопредпринимателей, которое мы описали, с этой эйфорией от творчества или кайфом от продукта? На ум приходит следующее. Если российских технопредпринимателей в большинстве своем не интересуют традиционные религии, то наверное это потому, что в течение жизни они имеют возможность не менее возвышенных и захватывающих переживаний. Но, возможно, эти переживания и уведут их из мира, не дают возможности методично довести изобретенное или разрабатываемое до стадии успешной коммерциализации – в виде продаваемого патента или конечного продукта?

Наверное, есть две возможности того, как относиться к этому. Первая – сделать ставку на то, что эти практики самообожения ученого-предпринимателя в Творчестве постепенно ослабевают все больше и больше вместе с тем, как советское прошлое становится от нас все дальше и дальше. Тогда надо заняться повсеместной критикой смехотворного желания наших технопредпринимателей повторить Творца в одном отдельно взятом кусочке реальности, и популяризовать примеры другого технопредпринимательства – не пришедшего из лаборатории, а пришедшего от станка, из ларька, от экрана финансовой статистики. Таких примеров мы видели мало, но никто не сказал, что их нет вообще, или что невозможно поощрять и развивать этот типа перелива энергии в технопредпринимательство. Для этого понимания проблемы ясно: нам нужны методичные коммерциализаторы, а они в стране есть. Но только их мало в сфере хай тек предпринимательства. Тогда надо их туда привлечь.

Например, можно установить премии за возвращение в наукоемкий



бизнес для бывших ученых, которые ушли в начале 1990-х гг. не в технопредпринимательство, а просто в предпринимательство, и строили компании, магазины, продавали окорочка. Теперь они разбогатели и приобрели супер-предпринимательский опыт. Они, конечно, в основном потеряли свое научное реноме и навыки, но помнят высокую ценность занятия наукой. Если бы они пришли в сферу наукоемкого производства, они бы добавили той хватки в организации производства и зарабатывании прибыли, которой так часто не хватает нашим нынешним технопредпринимателям. И надо поэтизировать немногие пока примеры такого обратного перелива в наукоемкий бизнес, написав несколько биографий для серии ЖЗЛ. Правда, ее можно было бы назвать теперь ЖЗТП – жизнь замечательного технопредпринимателя. Страна должна знать своих героев, чтобы дети могли следовать их примеру.

Или можно предложить следующее. На Тайване и в Корее мало изобретают, зато делают много инноваций в отношении уже изобретенного – почему некоторые российские регионы не могли бы сконцентрироваться на такой стратегии? Надо оставить высокую идеологию Творцов, и постараться сделать так, чтобы предпринимателям без академического бэкграунда было выгодно и легко вложиться в наукоемкое инновационное (но не изобретающее новые элементы вселенной) производство.

Вторая возможность развития, которую предоставляет стране нынешняя ситуация с технопредпринимательством – это не бороться с распространенным до сих пор желанием приблизиться к Творцу, и не высмеивать ее как рудимент советского прошлого. Аргументация здесь была бы такова. Бороться с религиями с помощью декретов и денег сложно, особенно в коррумпированном государстве. Не лучше ли использовать культурные особенности российских технопредпринимателей на благо развития страны? Действительно, если есть распространенное поклонение Науке и Творчеству до сих пор, зачем ломать его, а не направить его энергию на благие цели?

Например, Лорен Грэм в своей предпоследней книге показал, как религиозный мистицизм православной секты имяславия стал основой величия достижений Московской математической школы в XX веке. Теорию множеств разработал немец Кантор, ее развили французские математики. Но прорыв в ней был сделан Егоровым, Лузиным и Колмогоровым на основе того, что не имели немцы и французы – а именно, на основании православной мистики имяславия, которая мотивировала многих теоретиков Московской математической школы. С помощью математики московские теоретики надеялись подступиться к Богу: “Бог и множества получали реальность посредством именованности. ‘Множество всех множеств’ могло быть Самим Богом” (Грэхэм и Кантор 2011: 21)<sup>25</sup>. Таким образом, мистические переживания привели к развитию рационального знания. Это достаточно интересный поворот аргумента. Для традиционных представлений о том, как развивается наука, религия ей противостоит и с ней борется. Здесь же было всё наоборот: именно религиозный драйв способствовал научному прорыву, который сделал Россию одним из лидеров мировой математической мысли.

Мы до сих пор имеем наследие этого математического величия. Русские подростки выигрывают многие призы хакатонов, т.е. марафонов хакеров, организуемых компаниями типа Google или Microsoft, но в международном

<sup>25</sup> Русские переводчики традиционно транслитерируют Graham как “Грэхэм”; это шокирует любого, кто знает, что имя по-английски звучит как “Грэм”.

академическом мире российская computer science почти что незаметна по своим публикациям. В Бостоне распространенная шутка звучит так: у эмигрировавших русских есть 2 национальности – таксист и программист (настолько это распространенные среди эмигрантов профессии). Однако, несмотря на такую высокую занятость в IT секторе русские не изобрели ни одного значимого компьютерного языка за последние 30 лет. Так, может, так же, как не стоит бороться с этим разливом или половодьем математических умений и навыков среди россиян, требуя от этого высоких теоретических порывов, а надо его просто использовать – так же надо использовать и желание стать ближе к Творцу среди наших нынешних технопредпринимателей?

Владимир Биbihин в своих последних книгах прописал то, что придумал еще во время перестройки: всемирно-историческая миссия России - это отказ от ренессансного проекта Европы по самоустроению. Задача России - это “срыв самоустроения”, как писал он (Биbihин 1991: 6). Идея здесь заключается в том, что западноевропейские попытки устроить все своими руками забывают о чем-то большем - назови его Богом или Миром. И русский человек потому и не хочет четко рассчитанного переустройства жизни по жестким правилам, так как знает и хочет напомнить другим: есть что-то большее в этом мире, чем только человек и его проекты (включая проекты переустройства этого мира). Поэтически в устах Биbihина это звучало, правда, многозначно. Для России, писал он “человек, устроивший себя на земле, себя не устроит, устроит не себя, устроит всегда другого” (1991: 7). Но если уйти от поэтического языка этого великого русского философа, то в сухом остатке останется тезис: если наши технопредприниматели все еще требуют задач вселенского масштаба и сопротивляются коммерциализации, то это не потому, что они в принципе не могли бы ее сделать по уму, а потому что они не хотят радикального без-божия или без-мирия новоевропейской цивилизации. Иными словами, они не хотят жить жизнью, где забыли о Боге или о мире, который вмещает всех нас и иногда захватывает нас полностью, так что мы забываем о самих себе, будучи до конца поглощенными этим процессом.

О таких моментах творческого улета или полета мы и говорим: я был увлечен, это был восхитительный момент творчества, меня штырит-прет-вставляет от решения сложных задач. “У-влечен этим у-влекательным моментом” означает: что что-то большее, чем я, заняло полностью мои мысли и меня увлекло в смысле - унесло. Меня не было в тот момент, когда я решал увлекательную творческую задачу, как меня не бывает, когда я полностью поглощен (т.е. съеден до остатка) увлекательным спектаклем или кино. “Восхитительный” означает: идет процесс возвышенного хищения, когда что-то большее забирает меня у меня во время творчества, похищает меня у себя самого – ведь меня нет, когда я творю, я весь растворен в этом восхитительном процессе. “Штырит” означает: в меня как бы вставили новый штырь или стержень, и меня прет и везет во время решения задачи вселенской важности в неизвестную мне даль неизвестная мне сила, БОльшая, чем я. Вот это, возможно, и называется “творческим везением”: меня самого от меня самого забрали и увезли.

Русский язык схватывает в самой лексике и грамматике своих обыденных фраз тот факт, что когда человек творит, его прет-везет-похищает-увлекает некая возвышенная сила, БОльшая, чем он сам. Это не есть понимание, схваченное только в русском – Биbihин, который много писал про Мир, во многом следовал прозрениям, сделанным Хайдеггером для немецкого языка. Но

они возможны и для французского, английского и т.п. Во всех них есть остаточное понимание и корневые метафоры слов, указывающих на то, что когда мы занимаемся концептуальным, понятийным мышлением, не только мы схватываем реальность в понятиях (английское *concept* идет от латинского слова *con-cipio*, которое означает, если переводить его по кускам, “прихватить”), но и что-то другое захватывает, т.е. хватает и похищает, уносит нас. Так, может, не убивать это инстинктивное понимание российских технопредпринимателей, а дать ему развиваться и цвести? Тогда, может, не только математика и теоретическая физика будут талантами российского народа, но и другие виды концептуального, т.е. захватывающего знания?

Правда, тогда придется смириться с отсутствием способности или потребности производить многие из удобных приспособлений для жизни, а с этим смирятся немногие. Этот второй вариант поэтому не удовлетворит многих наших гедонистов и сибаритов, и потому не является реалистичным, пока не будет придуман способ обеспечить какой-либо очевидный прорыв в какой-либо полезной сфере жизни за счет отказа от новоевропейского проекта самоустроения человека.

## **Библиография**

Николай Бердяев, *Истоки и смысл русского коммунизма*. Париж: YMCA-Press, 1955.

Владимир Бибухин, “Россия и мир,” в: А. Кара-Мурза, ред., *Параллели: Россия – Восток – Запад. Альманах философской компаративистики*, выпуск 1. М.: ИФ АН СССР, 1991.

Люк Болтански, Эв Кьяпелло, *Новый дух капитализма*, М.: НЛО, 2011.

Люк Болтански, Лоран Тевено, *Критика и обоснование справедливости*, М.: НЛО, 2013.

Вадим Волков, Олег Хархордин, *Теория практик*, СПб: Издательство ЕУСПб, 2008.

Лорен Грэхэм, Жан-Мишель Кантор, *Имена бесконечности. Правдивая история о религиозном мистицизме и математическом творчестве*, СПб.: Издательство ЕУСПб, 2011.

Феликс Дзержинский, “О рабочем изобретательстве”, в: *Избранные произведения*, Т.2. М.: Издательство политической литературы, 1967.

Виктор Живов, “Покаянная дисциплина и индивидуальное благочестие в истории русского православия”, в: К. Б. Сигов, ред., *Дружба: ее формы, испытания и дары*, Киев: Дух и литера, 2008.

Виктор Живов, *Русский грех и русское спасение*, лекция в клубе «Билингва», 25.09.2009, <http://www.polit.ru/lectures/2009/08/13/pokojanije.html>

Владислав Татаркевич, *История шести понятий*. Пер. с польского Бориса Домбровского, М.: Дом интеллектуальной книги, 2003.

И. Т. Фролов, ред., *Философский словарь*, М.: Политиздат, 1991.

Мишель Фуко, *Воля к истине*, М.: Касталь, 1996.

Олег Хархордин, *Обличать и лицемерить: генеалогия российской личности*. СПб: Летний Сад, 2002.

Мирча Элиаде, “Священное и мирское”, в: Элиаде, *Миф о вечном возвращении*, М.: Ладомир, 2000.

Mosche Barasch, *Theories of Art: From Plato to Winckelmann*. New York: New York University Press, 1985.

Dan Breznitz, Michael Murfree, *Run of the Red Queen: Government, Innovation, Globalization, and Economic Growth in China*. New Haven, CT: Yale University

Press, 2011.

Michel Foucault, "About the Beginning of the Hermeneutic of the Self," *Political Theory* vol. 21:3, (May 1993).

Loren Graham, *Lonely Ideas. Can Russia Compete?* Cambridge, MA: MIT Press, 2013.

Walter Isaacson, *Steve Jobs*, New York: Simon and Schuster, 2011.

Mark Peter Jones, "Entrepreneurial Science: The Rules of the Game," *Social Studies of Science*, Vol. 39, No. 6 (December 2009).

George Kennan, *Memoirs*, Boston: Little, Brown, 1967.

Steven Shapin, *The Scientific Life. A Moral History of a Late Modern Vocation*. Chicago: University of Chicago Press, 2008.