

# 创业叙事研究述评与展望

张慧玉<sup>1</sup>, 程乐<sup>1,2</sup>

(1. 浙江大学 外国语言文化与国际交流学院, 浙江 杭州 310058; 2. 浙江大学城市学院  
外国语学院, 浙江 杭州 310015)

**摘要:**“语言转向”下的创业叙事研究直接以创业者的故事讲述及创业过程中的重要文本资料为研究对象,以新的理论框架与研究方法贡献于创业研究。文章系统回顾创业机会识别、资源获取、创新、制度创业及创业失败中的相关研究及其主要成果,以提炼创业叙事研究的发展脉络与研究主题演化,并综合述评叙事对创业研究的主要贡献,进而在剖析现有研究局限的基础上提出创业叙事研究的理论框架,展望主要研究议题及方向,以期在向中国创业研究界推介这一研究方法 & 理论框架的同时,为后续研究、尤其是中国情境下的创业叙事研究做铺垫。

**关键词:** 语言转向; 创业叙事; 创业行为; 制度创业; 创业失败

**中图分类号:** F270 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-2154(2017)03-0040-11

**DOI:** 10.14134/j.cnki.cn33-1336/f.2017.03.005

## A Literature Review on Entrepreneurial Narratives and Directions for Future Research

ZHANG Hui-yu<sup>1</sup>, CHENG Le<sup>1,2</sup>

(1. School of International Studies, Zhejiang University, Hangzhou 310058, China; 2. School of Foreign Languages,  
Zhejiang University City College, Hangzhou 310015, China)

**Abstract:** Entrepreneurial narrative studies during the linguistic turn directly take entrepreneurs' story-telling and other important texts in entrepreneurial process as research objectives, and contribute to entrepreneurship literature with the new theoretical framework and research method. This paper systematically reviews extant narrative studies on entrepreneurial opportunity recognition, entrepreneurial resource assembly, entrepreneurial innovation, institutional entrepreneurship and entrepreneurial failure, summarizes major topics and related findings of previous studies on entrepreneurial narratives, comments on their primary contributions to entrepreneurship research, and thus points out directions of future research by analyzing the limitations of extant literature and presenting a theoretical research framework of entrepreneurial narratives. With such efforts, this paper is expected to introduce the narrative perspective and method to the Chinese entrepreneurship field and pave ways for future work on entrepreneurial narratives, especially that in the Chinese context.

**Key words:** linguistic turn; entrepreneurial narratives; entrepreneurial behaviors; institutional entrepreneurship; entrepreneurial failure

## 一、引言

兴起于20世纪80年代的“语言转向”促使组织管理学科重新审视语言与社会的关系<sup>[1]</sup>,实证主义长期倡导的“镜子逻辑”<sup>[2-3]</sup>受到后现代主义<sup>[4-5]</sup>及言语行为学派<sup>[6]</sup>的严峻挑战,学者们将组织及组织现象视为

收稿日期: 2016-09-26

**基金项目:** 国家自然科学基金项目“地区环境差异影响下的新技术企业组织网络形成过程及机理研究”(71402163); 国家社会科学基金项目“基于平行语料库的法律翻译研究”(15BY012); 教育部人文社会科学研究基金项目“过程视角下新企业组织网络构建对企业成长的作用机理研究”(13YJC630221)

**作者简介:** 张慧玉,女,副教授,管理学博士,主要从事组织话语、创业管理、企业社会责任研究;程乐,男,讲席教授,博士生导师,主要从事法律话语、法律翻译研究。

社会性的语言构建<sup>[7]</sup>,改变以往仅仅将语言文本视为研究工具并对其进行操控的做法,基于语言特性<sup>[8]</sup>、语言要素<sup>[9]</sup>及使用情境等挖掘语言性社会构建背后的权力结构、价值理念、制度逻辑等深层含义<sup>[1,7,10]</sup>,其中组织管理话语研究<sup>[11-14]</sup>与词汇分析<sup>[10]</sup>是这一变革性转向的主要内容。与此同步,叙事进入创业学者的研究视野,并在近年出现研究小热潮<sup>[15-16]</sup>。创业领域的标杆性学术期刊《企业创业杂志》(*Journal of Business Venturing*)于2007年开辟“创业叙事”专刊,不仅是创业叙事研究的里程碑事件,更极大地推动了这一研究视角的后续发展。在EBSCO的商管财经资源检索平台(Business Source Premier)同时以“entrepreneur\*”和“narrati\*”为关键词对文章摘要进行Boolean搜索,发现1985-2015年间一共有298篇文章与创业叙事相关,其中180篇为同行评审的学术期刊论文。从学术论文的具体发表年份来看,1985-2005年发表的仅24篇,近十年共计156篇,而2012-2015年共计83篇。近五年来,不仅学者们更加聚焦创业叙事本身,而且越来越多的相关文章发表在主流创业或管理期刊上。这一搜索统计情况表明:创业叙事作为一个新兴的研究视角,尽管在语言转向之初并不受重视,但近年来得到越来越多的学术关注,并展现出极大的发展潜力。

然而,相比国外逐渐兴起的良好势头,国内创业领域对此尚未涉足,而基于中国独特的语言体系以及方兴未艾的创业热潮,中国特殊文化情境下的创业叙事必然呈现出其独特之处,有待学者们进行深入地探索与挖掘。基于此,本文不局限于文献综述,力图在梳理并评述相关文献的基础上,描述并提炼创业叙事研究的发展脉络、研究主题演化以及未来研究趋势,以期在向中国创业研究界推介这一研究方法及理论框架的同时,为后续研究尤其是中国情境下的创业叙事研究做铺垫。具体而言,本文首先简要介绍创业叙事的概念、分类与特点,通过系统回顾创业机会识别、资源获取、创新、制度创业及创业失败中的相关研究及其主要成果综述评叙事对创业研究的主要贡献,并提出创业叙事研究的理论框架,进而在剖析现有研究局限的基础上展望未来主要方向及研究议题。

## 二、创业叙事的界定、分类及特点

### (一) 创业叙事的定义与分类

从广义上来看,创业叙事涵盖创业过程中所有与文本、话语等语言因素相关的内容,不仅包括商业计划、新闻发布会等文本材料,也包括筹集资金、打造技术原型、培养客户等创业行为中涉及的言语交际活动<sup>[16]</sup>。叙事视角认为,创业者总是在一定的文化情境中表达创业愿望潜文本,而二者的结合生成创业叙事中的核心文本。换言之,创业者通过叙事将创业情境化<sup>[16]</sup>。创业叙事是创业身份形成<sup>[17]</sup>、创业活动协调<sup>[18]</sup>、创业未来构想<sup>[19]</sup>以及创业意义构建<sup>[20]</sup>等活动的基础。基于研究设计的需要,已有研究往往聚焦特定的创业叙事,并深入分析其在创业行为、过程与绩效中的作用<sup>[21-23]</sup>。

为了更清晰地理解创业叙事的概念,部分学者尝试对其进行分类。其中O'Connor<sup>[24]</sup>的分类受到较为广泛的认可。他们将创业叙事分为个人叙事、一般性叙事及情境性叙事。其中个人叙事指的是创业者所讲述的经历与故事,包括自传式的创业故事以及聚焦技术创新、突破等方面的愿景描述;一般性叙事指的是诸如商业计划书之类的常规性文件及文本,包括刻画项目优越性及竞争力的营销叙事、具体规划项目从发起到成功路径的战略叙事等;而情境性叙事指的是创业者很难施加主观能动作用的、镶嵌于情境中的叙事,包括历史叙事与惯例叙事,前者讲述创业项目所在行业的发展历史,而后者以业内人士及公众共同认可的常识、信念等形式出现,为创业者提供行业惯例、顾客偏好、社会期望等方面的指引。显然,这三个类别不仅叙事层次、视角各异,而且在创业过程中发挥着不同的作用,但又存在密不可分的关联,且均是推动创业进程不可或缺的因素。

### (二) 创业叙事的特点

基于创业情境的特殊性以及创业机会、行为与过程的特点,创业叙事必然展现出有别于其他叙事的独特之处,而这些特点不仅有助于我们更深刻地理解其范畴,而且也是进一步围绕该范畴展开探讨的基础。O'Connor<sup>[24]</sup>指出了创业叙事的一些基本特征:时序性,即叙事的产生是以经历、故事发生的时序为基础;施为性,即创业叙事可以通过意义构建、话语互动等对创业行为及过程产生影响;可塑性,即创业叙事在内外

部因素的影响下,将随着创业项目的进展及新企业成长发生演变;关联性,即不同类别、主题、目的的创业叙事之间存在动态关联,共同刻画并作用于创业过程。而最重要的是,基于其分类理论,O'Connor认为创业叙事具有互文性(intertextuality),这是以话语的互文性<sup>[25]</sup>为基础。创业者不仅将自身及其企业呈现、包含在营销计划、募资计划等商业话语以及社交对话、人生规划等日常话语中,而且经常无可避免地被包含在他人设计的情节中,从而自然经历叙事活动中最复杂、微妙的意义构建过程。蕴含在企业生成及成长中的互文话语能力通过不同路径产生效应。一方面,源自不同行动者的创业叙事话语通常能够起到互补的作用,通过有机整合能够带来宝贵的创业机会;另一方面,由于不同的故事讲述者视角、立场及观点各异,不同类别的创业叙事话语经常会导致互文性冲突以及由此而来的组织冲突,这也是新企业意义构建的必经过程。

这些针对创业叙事基本特征的挖掘并非简单侧重文本的语言性特征,而是将语言镶嵌在创业情境中,既重视叙事的沟通交际、协调及认知性意义构建功能,也充分考虑创业行为与过程的目的性与动态性,并将创业者的关键角色融合其中。由此可见,叙事不仅为创业研究提供了新颖有效的方法与思路,而且本身独立构成研究者洞察、剖析创业行为与过程的重要研究对象。

### 三、已有的创业叙事研究回顾与分析

“语言转向”将组织及组织现象视为语言性的社会构建,从语言视角来看,创业同样如此。纵观创业过程或深剖特定创业行为,创业叙事均是其中至关重要的构成性要素。基于此,已有研究分别聚焦不同的关键创业行为,在描述、刻画各种特定创业叙事的基础上,剖析语言在创业过程中的作用。与此同时,已有的创业叙事研究与一些特殊的研究主题结合甚密,如制度创业、创业失败等。

#### (一) 叙事与创业机会识别

创业可以视为是创业者识别、把握与挖掘创业机会的过程<sup>[26]</sup>。Garud和Giuliani<sup>[27]</sup>以创业机会研究的发现(discovery)与创造(creation)视角为基础,提出从叙事视角探讨创业过程中的机会问题。叙事视角引导我们通过关联与时间路径关注创业机会,而机会的意义构建过程在关联空间与时间的互动中实现。叙事视角下的关联维度将发现与创造视角融为一体。发现视角认为外部环境赋予敏锐的创业者可以把握的创业机会<sup>[28]</sup>,强调情境(context);而创造视角认为创业机会是通过创造性想象、效果导向等过程内部生成的,强调代表潜文本(subtext)的创业愿望。叙事视角下的关联与实践维度通过持续互动建构与创业相关的意义,在意义生成过程中,创业者将过去、现在以及未来的成套社会、物质元素融入到可理解的叙事中,创业机会由此形成。叙事将创业过程中的日常经历转化成有意义的故事,并非接受或拒绝事实,而是将事实定格、塑造、融合到意义中<sup>[16][29-30]</sup>,创业者通过叙事意义构建就创业概念、原因、潜在障碍以及创业方式等形成自身的观点<sup>[31]</sup>。相关的创业者基于自身不同的过往记忆与未来期许,会从各自的优势出发呈现差异化叙事,推动持续性的意义构建过程,以此呈现对机会的界定、理解与发掘(如下表所示)。

创业叙事研究代表文献及主要发现

研究主题	代表研究	主要发现	
创业行为	机会识别	Garud和Giuliani,2013	叙事视角下的关联维度将发现与创造视角融为一体,促进创业者对机会的识别与把握。
	资源获取	Martens等,2007	叙事话语可以通过三种途径推动创业者的资金获取。
		Jones等,2010	创业者运用叙事修辞策略来说服客户,获取合法性及其他创业资源。
		Phillips等,2013	创业者通过叙事在关系网络中占据核心地位,从而推动外部资源获取。
	创业创新	Crossan等,1999	提出4I创业学习框架,其中每一个环节都与叙事密切相关。
	Garud等,2014	创业叙事包括关联、时间与施为三个维度,均对创新至关重要。	
制度创业	Lawrence和Phillips,2004	叙事变化对制度创业的作用有赖于创业者采取的行动与策略。	
	Battilana等,2009	制度创业者通过叙事说服现有制度中的行动者,构建新的制度逻辑。	
创业失败	Byrne和Shepherd,2015	叙事中的不同情绪状态影响创业者对失败创业经历的理解。	
	Wolfe和Shepherd,2015a	失败叙事中有关创业导向的内容与后续绩效呈现U形关系。	
	Wolfe和Shepherd,2015b	创新项目失败率对叙事话语中的负面情绪内容有正向影响。	

资料来源:本文整理。

叙事视角下的时间维度强调跨时间叙事对创业机会形成与把握的重要性。创业叙事促使创业者既可以通过回顾先前经历来理解已经发生过的事情,也可以通过展望未来规划新企业将要达成的事情,以此激发个体的创业意愿<sup>[31-32]</sup>,促进创业身份认同的形成与塑造<sup>[33]</sup>,甚至可以被视为是促使个体认识到自身“创业意识”的最佳方式,进而推动机会感知与识别的敏锐性。在创业过程中,新想法的形成很难万事俱备,其在现实过程中的实施也远不是线性的过程,创业叙事将过去、现在与未来交织融合在一起。通过创业叙事,关于过去的回忆与关于未来的期望均融入到对现今的关注中。一方面,创业者有关未来的创造性规划塑造其有关过去的选择性回顾<sup>[29]</sup>;另一方面,看待过去的方式能够影响甚至改变他们未来将要把握的创业机会。

叙事视角下的创业机会识别研究表明,发现与创造均是创业机会的重要组成部分,而叙事通过意义构建与塑造不仅将二者融为一体,而且将为二者的跨时间、空间互动创造条件。以此为基础,创业者通过有目的的叙事话语活动搜寻、识别并把握创业机会。创业的动态过程要求创业者根据动态形成的各种可能情况、有关未来的概念性规划以及有关未来的选择性回顾不断做出叙事性调整,对可控范围内的创业机会进行反复的、修正式的认知判断,引导、推进逐步展开的创业过程。

## (二) 叙事与创业资源获取

资源是创业机会识别与挖掘中最为关键的因素,直接影响创业成败<sup>[34-35]</sup>。从叙事视角来看,语言和文本不只是创业资源获取的工具或途径,而且可以看作是这一关键创业活动的基础性构成要素。

有效的创业叙事直接推动资源获取。Martens等<sup>[36]</sup>对高科技产业首次公开募股企业的招股说明书进行质性叙事分析,发现叙事话语可以通过三种途径推动创业者的资金获取。首先,叙事话语可以将新企业有形、无形资产等信息用更加简洁、完整、一致的形式表达出来,从而帮助潜在的资源提供者更好地理解创业企业的情况及身份。第二,叙事话语能够清晰地阐释创业企业计划战略背后的机理,从而帮助潜在投资者理解该企业如何开发创业机会及其项目的潜在性质与价值。最后,好故事能够将创业叙事话语与所在情境中更宏观的话语联系起来,既能呈现创业项目的原创性与独特性,又不至于牵强附会、受人质疑,因而既能引起潜在资源提供者的兴趣,又能推动他们参与其中。这些观点表明,有效的创业叙事话语不仅能够降低创业项目及机会所能感知的不确定性与风险<sup>[37-38]</sup>,而且能够鼓励、动员潜在资源提供者的投资行为。

创业叙事对资源获取的作用往往通过构建社会网络、获取合法性等来实现。Phillips等<sup>[23]</sup>通过长时间跟踪观察创业过程中同质网络关联的形成过程发现,创业者通过特定的话语程序或故事,将特定的信息传递给潜在的合作伙伴,进而以多种相似性(如共同宗教身份、国籍、移民经历等)为基础建立二元关联,最终成为由多类同质关联构成的异质网络的核心成员,从而为外部资源获取占据有利的网络位置与机会。Jones等<sup>[22]</sup>认为,创业企业可以通过运用提供象征性框架及意义的制度逻辑叙事实现合法化,争取到潜在客户。他们立足于以建筑企业为代表的新创专业服务企业,发现运用“专业”逻辑的修辞策略效果在争取客户时最佳,而运用“商业”逻辑的策略不利于客户及其他资源获取。在资源获取过程中,新创企业运用动机或能力词汇证实自身并说服他人,以获取合法性及其他资源<sup>[39]</sup>。Lounsbury和Glynn<sup>[40]</sup>提出“文化创意”的概念,将其定义为创业者通过讲故事的途径以既有的创业资源储备获取资金、创造财富的过程。他们聚焦探讨创业叙事如何推动新企业身份认同的构建,而身份构建是投资者、竞争者、消费者以及其他利益相关者赋予新企业合法性的基础。创业者以企业特有资本及产业制度资本为基础,通过讲故事或创业叙事创造有利于资源获取、绩效改善的竞争优势。O'Connor<sup>[24]</sup>跟踪观察新企业创始人与实际及潜在投资者、员工、合作伙伴、客户等利益相关者的会面发现,创业者相关叙事话语不仅能够在一一般意义上提升企业合法性、构建企业有形及无形价值、说服他人提供资金及其他资源支持,而且能够通过微妙的叙事意义构建影响新企业行为及绩效。

叙事视角下关注创业资源获取的研究表明,叙事在这一关键创业行为中作用至关重要。事实上,围绕外部资源获取的创业叙事研究尤其能够突出语言在创业过程中的角色。对于外部资源持有者而言,其对创业个体及项目的认识在很大程度上依赖于各种途径获取的叙事文本,尽管创业者在进行描述与阐释时必

须以创业项目的真实情况为基础,但叙事语言的灵活多变及情境性使之可以通过主观设计的话语性类别划分、意义构建说服潜在的投资者及其他资源持有者,在信息不对称的情况下,后者的决策往往有赖于此。尽管用直接或间接来概括叙事在创业资源获取中的作用难以充分体现其中机制,但有关创业网络构建、合法性获取、意义构建的探讨为后续研究深入挖掘创业叙事的效应机制提供了重要启示。

### (三) 叙事与创业创新

成功的创业活动与创新密不可分,对于技术创业尤其如此<sup>[41]</sup>。从叙事视角来看,创业叙事可以从多个角度作用于创业创新过程,如:通过意义构建推动创新想法的形成、通过话语互动推动创新实践的发生及演变、通过情境化陈述提高创新的被接受度等。Crossan等<sup>[42]</sup>(1999)提出了4I学习框架——个体层面的直觉(intuiting)、团队层面的阐释(interpreting)与整合(integrating)以及组织层面的制度化(institutionalizing),可以视为是组织创新的基础。而在创业情境中,这四个方面均与叙事密不可分:直觉是基于创业者的经验叙事,阐释有赖于创业者运用言语、文字、符号等叙事元素对个体想法进行解释,整合要求在阐释的基础上通过成员互动达成共识,而制度化是相关行动者持续、长期互动的结果<sup>[43-44]</sup>。

Garud等<sup>[16]</sup>直接探讨叙事与创业创新之间的密切联系,他们认为创业叙事包括关联(relational)、时间(temporal)与施为(performative)三个维度,而三者均在创新中起到了至关重要的作用。从关联维度来看,逐渐演进的创业叙事不仅反映出创业者对创新的愿景与驱动力,而且体现出利益相关者的付出与参与。一方面,创业者通过叙事强调自身角色及与其他高地位行动者的互动,建立创新中的主体性身份认同,并以此识别、实施自身及利益相关者感兴趣的创新机会。另一方面,创业叙事将来自于各种情境中的社会、物质元素转化成系统、合理的陈述,促使利益相关者理解并接受创新<sup>[45]</sup>。从时间维度来看,创业创新是逐渐展开、推进的过程,创业叙事话语中暗含着时间、时机与暂时性,隐含在活动顺序中的时间概念与创业者的时序经历相交织,而时间及暂时性以里程碑、路径图等形式显示出来,形成创新行动的时机。在创新中,创业者与利益相关者必须理解已经发生过的情况,协调正在进行的活动,并设想适合未来发展的计划<sup>[27]</sup>。为了推动创新绩效,创业叙事中的时间排序及取向不仅要符合创业团队的要求,而且也要满足利益相关者的期许,符合自然规律及约定俗成的理念,同时必须在时间上维持不同社会群体之间的协调,促使新企业与其创新联盟在能力发展、资源获取上保持同步<sup>[46]</sup>。从施为角度来看,创业叙事能够促成行动能力,并赋予行动意义。创业者运用相关叙事说服利益相关者可以视为是“向外推介”的过程,而利益相关者与创业者展开探讨、提供支持(或反对或摇摆不定)的过程可以视为是“向内引入”的过程,这两个过程的反复交替塑造叙事话语,也正是创业创新活动的社会性构建过程。在经济回报不确定、同行模仿成风的创业创新活动中,创业者必须运用恰当的叙事话语刻画创新活动获得的可行性与盈利性,并根据创新项目的进展不断调整叙事内容、形式与策略<sup>[47]</sup>,以更好地说服利益相关者<sup>[30]</sup>。

在创新主导的竞争格局中,诸多企业组织均十分重视创新活动,而对于新创企业而言,创新不仅具有关乎存亡的关键意义,而且呈现出有别于成熟企业创新行为的独特之处<sup>[48]</sup>。相比既有成熟企业能够以积累的合法性、声誉、创新历史等为创新行为背书,创业创新不仅面临固有的小企业缺陷与新进入缺陷<sup>[49]</sup>,而且必须极力突破局限获得外界的初步认可,而恰当的叙事策略可以通过说服利益相关者、协调创新活动、构建符合主流观念的类别意义为其打开合法性之门。Garud等<sup>[16]</sup>所提出的三个维度充分体现了叙事与创新的特点及二者在创业过程中的融合,系统地刻画、阐释了叙事在创业创新活动中的独特作用,并综合考虑了作为创新主体的创业者、作为创新评估者的利益相关者的角色,不仅以新视角和新方法丰富了已有的创业创新研究,而且能以特殊的分析思路及全面的分析框架对不同主题下的创业叙事研究带来启示。

### (四) 叙事与制度创业

基于语言在制度化中的基础性、构成性角色<sup>[50-53]</sup>,叙事在制度创业中起到尤为特殊的作用。制度创业者所面临的重要任务是要说服现有制度中的行动者认识到做出改变的必要性,并动员他们参与其中,这便要求他们在愿景沟通、人员动员中掌握特别的叙事技巧,在改变、破除既有制度的同时与制度中的其他行动者和谐共处<sup>[54]</sup>。为了做到这一点,制度创业者们不仅会通过话语对提出的愿景进行合理的框架构建,而

且会积极运用各种有效的修辞策略<sup>[21]</sup>。这些修辞策略让创新点以比较熟悉的形式出现,而同时也会强调变革的必要性。制度创业者整合、运用与既有制度逻辑相关的叙事,将所期望的新制度逻辑作为叙事的基础,并将其中的价值观与利益点传递给潜在的同盟<sup>[55]</sup>。制度逻辑总是与特定的制度词汇相匹配,包括词语结构、表达、意义等,制度创业者按照各自的目的通过控制这些话语元素操控、重组并表达制度逻辑<sup>[21]</sup>。他们会运用类比、比喻、对比等策略将变革愿景合理化<sup>[56]</sup>。

制度创业者可以通过收集、运用与过往相关的象征性故事瓦解组织现状,颠覆既有的制度秩序,强调有利于变革的观点。他们还可以将这样的故事理论化,以此表达更具普遍性的观点,吸引更多的支持者<sup>[57]</sup>。为了增强新制度逻辑的合法性,制度创业者采取各种有利于提高理解与接受效果的叙事风格,如深受大众欢迎的悲喜剧风格、浪漫故事风格、讽刺风格等。部分叙事话语会与特定的组织、历史情境、社会运动相联系,从而能够获得更多受众关注<sup>[58]</sup>。通常,所选的叙事风格不仅将创新与传统叙事风格相融合,而且强调创业项目的财务绩效。

Lawrence 和 Phillips<sup>[59]</sup>认为,叙事话语变化对制度创业作用重要且显著,但也存在一定的局限。他们透过《白鲸》(*Moby Dick*)、《人鱼童话》(*Free Willy*)等高人气影视作品观察社会宏观文化中对鲸鱼性质认识的变化,进而指出这些变化为北美观鲸产业的兴起与发展提供了非充要条件。这些文化话语的变化为观鲸产业的诞生与发展创造了可能性,但未能决定其最终形式。该研究表明,在制度创业中,宏观层面的叙事话语活动能够为新制度领域的产生奠定基石,但这些基石如何构建成新领域则有赖于行动者所采取的行动及策略。

从已有研究及其发现不难判断,叙事视角下的制度创业研究与组织制度话语研究密不可分。沟通制度主义认为语言沟通处在制度理论的核心位置<sup>[60]</sup>,组织管理的理论化、合法化、制度化及去制度化等均是话语性社会构建过程<sup>[61]</sup>,通过符号、象征、文本等语言要素及其情境化使用来实现<sup>[43]</sup>。制度创业者正是通过发起变革来挑战、影响、改变既有制度,激发新制度的生成与演进,这在根本上决定了他们对叙事话语的依赖。与机会识别、资源获取等行为性创业叙事相比,制度创业叙事的难度和复杂度相对更高,因此,为了推动创业进程,制度创业者战略性地运用修辞策略与相关行动群体积极互动,不仅要为新制度的出现创造新的故事,而且要通过维系既有叙事为制度创业创造相对稳定的过渡性环境。基于此,叙事视角及思路对于后续研究深入剖析制度创业过程至关重要。

### (五) 特殊的创业失败叙事

在较近的研究中,创业失败叙事逐渐形成一个独特而意义深远的主题<sup>[62-64]</sup>。与机会识别、资源整合、创新等相对易观察、可测度的行为层面研究主题不同,创业失败问题十分复杂,各种内外部因素错综其中,难以实现量化探讨,因此成为早期创业研究避而远之的主题。语言视角为创业失败研究提供了新的思路和方法,叙事研究对于呈现创业者失败经历、剖析失败原因、分析失败对后续创业影响等均具有重要意义。

Byrne 和 Shepherd<sup>[15]</sup>以田野调查的方式对八位创业者的创业失败叙事进行多案例研究,探讨叙事中的情绪状态对创业者理解失败创业经历的影响。研究发现,创业者与新创企业在面对失败时存在差异,这些差异反映在创业者叙事话语的情绪内容中,而这些情绪转会影响他们对失败经历的理解。其中,叙事中较高的负面情绪能够促使创业者更好地理解失败带来的损失,而较高的正面情绪能够为他们更好地理解失败事件本身提供认知性资源。Mantere 等<sup>[62]</sup>探讨利益相关者如何在处理创业失败的心理过程中运用叙事话语。他们识别了一系列“叙事归因”——即行动者通过以不同的方式描述失败来处理失败以及他们在其中扮演的角色,将创业失败看作是一个复杂的社会构建过程,而创业者、受聘高管、员工以及媒体均以不同的方式参与其构建。

Wolfe 和 Shepherd 围绕创业失败叙事开展了系列研究。其中的一个研究<sup>[63]</sup>以大学足球比赛类比创业活动,以运动管理、创业导向、情感、意义构建叙事等理论视角为基础,提出创业导向相关的失败叙事话语模型。他们通过分析大学足球队赛季首次失利后教练在媒体发布会上的话语文本发现:叙事话语中有关创业导向的内容与后续绩效(下一场比赛的结果)呈现 U 形关系,即叙事话语中较高或较低的创业导向比中

等的创业导向更能促使球队在后续表现中实现反弹;而负面情绪相关的内容与后续绩效呈现倒U型关系,即失败叙事话语中较低或较高的负面情绪比适中的情绪更能推动后续绩效反弹,比较积极的正面情绪能够增强绩效,但增加到一定的点后,正面情绪将负向影响后续绩效。在另一个新近的研究中,他们<sup>[64]</sup>立足于公司创业活动,挖掘组织叙事话语内容的前置因素,具体探讨创新项目失败率以及组织绩效如何影响组织叙事话语的内容。他们以失败事件及情绪的意义构建理论视角为基础,建立叙事话语的关键绩效事件模型,检验绩效事件对叙事话语内容的影响作用。研究发现,创新项目失败率对叙事话语中的负面情绪内容有正向影响,而增加叙事话语中的正面情绪内容能够显著减少其中的负面情绪内容。并且,随着组织绩效的改善,正面与负面情绪内容之间的负向关系更加突出。

基于创业失败的复杂性及相关数据收集难度,创业叙事为研究这一重要现象提供了有效的视角与思路,研究者可以通过剖析创业者对自身失败经历的故事性叙述,探索、归纳导致失败的原因、过程及后续影响。但如已有研究所示,创业叙事尽管以客观创业经历为基础,但深受创业者个人感性、情绪及性格特征的影响,这在创业失败叙事中表现得尤为突出,而这些认知性特征不仅影响创业者的叙事形式与内容,更对叙事及失败创业经历的后续效应机制具有不容忽视的影响作用<sup>[63-64]</sup>。因此,探索性的创业失败叙事研究对认知视角下的创业研究具有重要的启示意义。

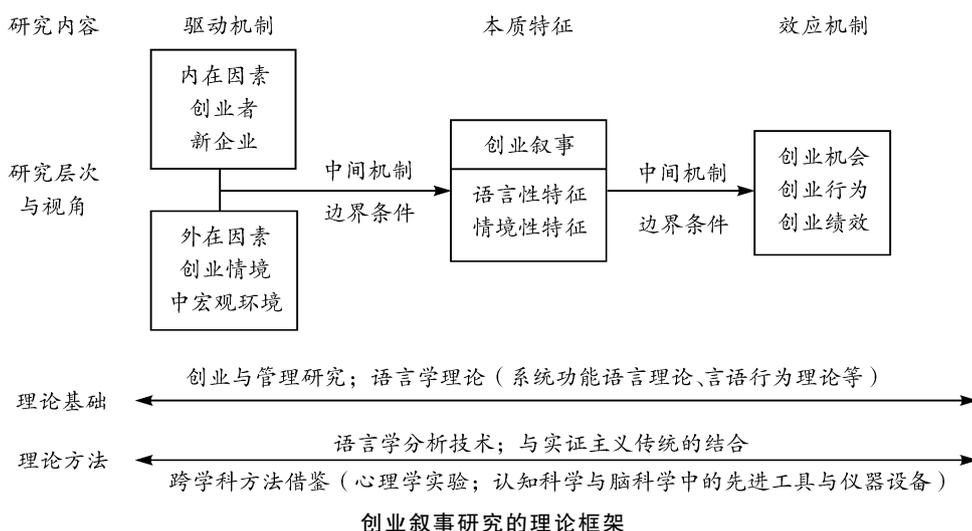
#### 四、述评及展望

创业叙事研究改变了实证主义仅把语言当作研究工具的传统,转而关注创业过程中语言叙事本身及其使用,变革性地为创业研究提供了新的理论视角与研究方法。结合已有的创业叙事研究可以发现,其对创业研究的贡献主要体现在两个方面。一方面,作为理论视角的叙事研究关注并强调创业者个体及团队的故事性讲述及创业过程中关键的文本资料,不仅改变了以往研究对语言元素本身的忽略,通过深度的语言分析从内容与主题上丰富了创业研究,而且借用语言这一运用广泛、普适的多元化因素将表层创业行为或现象与深层的创业者认知<sup>[16,42]</sup>、情绪<sup>[15]</sup>、逻辑<sup>[55]</sup>等关键创业要素结合起来,从而为创业研究开辟了新的探索与挖掘空间。Shepherd<sup>[64]</sup>强调通过分析各种元素之间的相互作用来理解创业机会,认为包含个人经验、创业理念等因素的创业者内在认知(精神)与包含创业行为、质询性群体等因素的创业过程(世界)是后续研究理解创业机会的关键之处。创业叙事正是联系精神与世界的桥梁,不仅创业者及相关行动者通过话语进行积极互动,推动创业机会的识别与把握,而且我们往往是通过这些话语观察、捕捉、理解创业者、创业行为及过程。

另一方面,作为研究方法的叙事分析强调对创业过程中语料文本的直接观察与剖析,并将语言本身作为直接的研究对象,不仅弥补了实证主义传统对创业中语言性要素的忽略,能够为现有研究方法尤其是深度案例研究提供有力的补充,而且可以作为相对独立的跨学科研究方法深入探索与挖掘相关研究主题、尤其是难以直接观察或量化测度的主题。鉴于创业个体、创业机会、创业行为与过程的高度复杂性,尽管已有研究尤其是量化实证研究通过运用有效的量化数据普适性地得出大量因果性发现与结论,但其局限性也逐渐凸显出来,如测度偏差严重、研究结果深受测度方式影响、难以深入剖析深层复杂研究主题等,而已有的制度创业叙事研究<sup>[59,55]</sup>以及创业失败叙事研究<sup>[15][62-64]</sup>充分说明,这正是叙事研究的优势所在。

然而,必须指出的是,尽管创业叙事研究已经取得了较为重要的进展,但依然存在较多的不完善之处,这为后续研究提供了发展方向与空间。因此,本文在分析已有研究不足的基础上提出初步的创业叙事研究框架,以期为后续研究做铺垫(见下图)。首先,从理论视角来看,尽管创业叙事是从语言视角来探讨创业行为、过程及绩效相关的问题,具有很强的跨学科性质,但现阶段的研究对叙事或话语视角的运用大多停留在理念性层面,对语言文本的关注缺乏深度,理论上的跨学科融合不够,未能充分发挥语言学基础理论的优势。面对语言转向带来的变革,组织及创业学者不无过度关注语言、忽视组织情境的担心,但就现阶段而言,较多的创业叙事研究只是将叙事的理念运用到传统研究范式中,或对传统的案例研究“偷换概念”,未能真正关注叙事的语言性特征及其对创业行为与过程的互动影响作用。基于此,未来的创业叙事

研究应当在平衡叙事文本与创业情境关注度的基础上,真正把叙事文本本身当作研究对象,关注叙事的本质特征及其前因后果,并通过融合已有的创业研究成果与相关的语言学理论(如系统功能语言学、言语行为理论、符号学等),使文本分析与所聚焦的创业问题紧密、有机结合,这是利用跨学科视角实现理论突破、构建新理论并逐步形成独特理论体系的必经之路。



第二,从研究方法来看,尽管叙事分析有力地提升了创业研究尤其是复杂研究主题的探讨空间,但已有研究尚未充分发掘其潜力,对语言分析停留在表层,且与语言分析技术结合不够,主观性较强,研究发现普适性容易受到质疑,因而在方法上缺乏独立性。语言是行动者主观意愿的表达,主观性强是语言分析固有的特征之一,这与质性案例分析十分相似,但无论是语言学研究抑或案例研究,均通过分析方法的规范化与标准化有效地提升了研究的客观性。后续的创业叙事研究可以遵循其发展路径,一方面运用规范的语言分析技术进行文本分析<sup>[13-14]</sup>,以普遍认可的标准方法对语言进行深入、细致、有层次的分析,改善主观性过强的问题;另一方面要在保持自身独立性的同时积极与其他成熟研究方法(如实证主义下的定量、定性研究方法)结合,以提高研究的规范性。此外,基于跨学科特征及叙事研究的性质,未来研究可以更广泛地运用跨学科的方法来提高数据收集效率以及研究的信度和效度,如:借鉴心理学的实验方法采集可控性较高的数据;运用认知科学中的现代研究工具(如眼动仪、ERP等)挖掘创业叙事背后的认知机制;通过脑科学中的精密仪器设备与技术(如fMRI、EEG、PET等)寻求创业叙事产生效应的生理学阐释。这些途径均能贡献于创业叙事研究方法体系的建设与完善。

第三,从研究主题来看,已有的创业叙事研究依然局限在较少的研究问题上,具有极大的拓展与深化空间。就主题拓展而言,未来研究不仅可以通过叙事分析更多与语言密切相关的重要创业行为(如创业网络构建、新产品市场开拓、创业融资等),而且可以围绕创业叙事这一中心,就其前端影响因素及后端作用机制进行探讨。哪些内外部因素影响哪些特定类别的创业叙事,不同类别的创业叙事及其特征如何影响创业行为、过程与绩效?有关这些问题的探讨有助于我们系统地理解创业叙事的前因后果。就主题深化而言,未来研究可以在系统刻画创业叙事本质性特征的基础上,深入分析其前因后果机制的中介与边界条件,并结合心理学、认知科学、脑科学等对叙事背后的创业者认知进行深层次分析。与其他组织叙事相比,创业情境下的叙事具有哪些本质性特征,哪些内外部因素影响创业叙事的前端影响机制与后端作用机制,特定创业叙事及其主要特征背后存在哪些认知性阐释?这类问题的探讨不仅有助于我们更深刻地认识创业叙事本身,而且可以融合跨学科的理论与方法揭开创业过程中多重因果关系之间的“黑匣子”,尝试深度解释创业行为、过程及绩效背后的作用机制与原理。

最后,就中国情境下的创业叙事而言,必须在引介、借鉴已有国外研究经验的基础上,从起步阶段即开

始关注理论视角、研究方法及研究主题上的完善,而更重要的是,必须充分考虑中国语言文化体系、制度环境及创业情境的特殊性。鉴于当前近乎空白的研究现状,中国创业叙事研究应当坚持“中西结合、古今融汇”的基本原则<sup>[66]</sup>,通过情境化借鉴国外创业叙事研究以及其他学科视阈下中国话语研究的成果剖析中国创业叙事的主要特征,并通过中西对比、跨学科对比等方式挖掘其独特之处<sup>[67-68]</sup>,进而以特征描述与剖析为基础,分析中国创业叙事的前端影响因素与后端作用机制。而从长远来看,中国情境下的创业叙事研究既要关注已有创业叙事研究发现在特殊情境下的普适性,也必须重视特殊情境下理论挖掘在其他情境下的普适性,即要在研究成果积累的基础上逐步构建中国创业叙事体系并建立、保持该体系与国际创业叙事研究的对话与互动。

#### 参考文献:

- [1] PHILLIPS N, OSWICK C. Organizational discourse: domains, debates, and directions [J]. *The Academy of Management Annals*, 2012, 6(1): 435-481.
- [2] HAKUTA K. *Mirror of language: the debate on bilingualism* [M]. New York: Basic Books, 1986: 1-10.
- [3] ALVESSON M, KÄRREMAN D. Constructing mystery: empirical matters in theory development [J]. *Academy of Management Review*, 2007, 32(4): 1265-1281.
- [4] COOPER R. Modernism, Post modernism and organizational analysis: the contribution of jacques derrida [J]. *Organization Studies*, 1989, 10(4): 479-502.
- [5] DEETZ S A. The micro-politics of identity formation in the workplace: the case of a knowledge intensive firm [J]. *Human Studies*, 1994, 17(1): 23-44.
- [6] POTTER J, WETHERELL M. *Discourse and social psychology: beyond attitudes and behaviour* [M]. Thousand Oaks: Sage, 1987: 25-39.
- [7] 吕源, 彭长桂. 话语分析: 开拓管理研究新视野 [J]. *管理世界*, 2012(10): 157-171.
- [8] ALVESSON M, KÄRREMAN D. Taking the linguistic turn in organizational research challenges, responses, consequences [J]. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 2000, 36(2): 136-158.
- [9] GEERTZ C. *Works and lives: the anthropologist as author* [M]. Redwood City: Stanford University Press, 1988: 121-127.
- [10] LOEWENSTEIN J, OCASIO W, JONES C. Vocabularies and vocabulary structure: a new approach linking categories, practices, and institutions [J]. *The Academy of Management Annals*, 2012, 6(1): 41-86.
- [11] HARDY C, THOMAS R. Strategy, discourse and practice: the intensification of power [J]. *Journal of Management Studies*, 2014, 51(2): 320-348.
- [12] BITEKTINE A, HAACK P. The macro and the micro of legitimacy: towards a multi-level theory of the legitimacy process [J]. *Academy of Management Review*, 2015, 40(1): 49-75.
- [13] 彭长桂, 吕源. 组织正当性的话语构建: 谷歌和苹果框架策略的案例分析 [J]. *管理世界*, 2014(2): 152-169.
- [14] 彭长桂, 吕源. 制度如何选择: 谷歌和苹果案例的话语分析 [J]. *管理世界*, 2016(2): 149-169.
- [15] BYRNE O, SHEPHERD D A. Different strokes for different folks: entrepreneurial narratives of emotion, cognition, and making sense of business failure [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015, 39(2): 375-405.
- [16] GARUD R, GEHMAN J, GIULIANI A P. Contextualizing entrepreneurial innovation: a narrative perspective [J]. *Research Policy*, 2014, 43(7): 1177-1188.
- [17] CZARNIAWSKA B. *Narrating the organization: dramas of institutional identity* [M]. Chicago: University of Chicago Press, 1997: 1-12.
- [18] GARUD R, GEHMAN J. Metatheoretical perspectives on sustainability journeys: evolutionary, relational and durational [J]. *Research Policy*, 2012, 41(6): 980-995.
- [19] BROWN N, RAPPERT B, WEBSTER A. *Contested futures: a sociology of prospective techno-science* [M]. Aldershot: Ashgate, 2000: 38-45.
- [20] WEICK K E. *Sensemaking in organizations* [M]. Thousand Oaks: Sage, 1995: 1-23.
- [21] SUDDABY R, GREENWOOD R. Rhetorical strategies of legitimacy [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2005, 50(1): 35-67.

- [22] JONES C, MAORET M, MASSA F G, et al. Rebels with a cause: formation, contestation, and expansion of the denovo category “modern architecture,” 1870–1975 [J]. *Organization Science*, 2012, 23(6): 1523–1545.
- [23] PHILLIPS N, TRACEY P, KARRA N. Building entrepreneurial tie portfolios through strategic homophily: the role of narrative identity work in venture creation and early growth [J]. *Journal of Business Venturing*, 2013, 28(1): 134–150.
- [24] O’CONNOR E. Storied business: typology, intertextuality, and traffic in entrepreneurial narrative [J]. *Journal of Business Communication*, 2002, 39(1): 36–54.
- [25] KRISTEVA J, MOI T. *The kristeva reader* [M]. New York: Columbia University Press, 1986: 89–96.
- [26] GUMPERT D E, STEVENSON H H. The heart of entrepreneurship [J]. *Harvard Business Review*, 1985, 63(2): 85–94.
- [27] GARUD R, GIULIANI A P. A narrative perspective on entrepreneurial opportunities [J]. *Academy of Management Review*, 2013, 38(1): 157–160.
- [28] SHANE S. Reflections on the 2010 AMR decade award: delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research [J]. *Academy of Management Review*, 2012, 37(1): 10–20.
- [29] GARUD R, KUMARASWAMY A, KARNØE P. Path dependence or path creation? [J]. *Journal of Management Studies*, 2010, 47(4): 760–774.
- [30] GARUD R, SCHILDT H A, LANT T K. Entrepreneurial storytelling, future expectations, and the paradox of legitimacy [J]. *Organization Science*, 2014, 25(5): 1479–1492.
- [31] FORSSTRÖM-TUOMINEN H, JUSSILA I, GOEL S. Collectivity within entrepreneurial teams: a multiple-case study of high-technology team start-ups [R]. Vancouver: Academy of Management Proceedings. *Academy of Management*, 2015.
- [32] FAYOLLE A, GAILLY B. The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: hysteresis and persistence [J]. *Journal of Small Business Management*, 2015, 53(1): 75–93.
- [33] BJURSELL C, MELIN L. Sweden; two-fold succession in a family business matriarchy: a Swedish case [C] // NASON R S, HALIKIAS D, THURMAN M P W, et al. *Father-daughter succession in family business: a cross-cultural perspective* [M]. Farnham: Gower Publishing, Ltd., 2012: 231–246.
- [34] 张慧玉, 杨俊. 新企业社会网络特征界定与测度问题探讨——基于效率和效果视角 [J]. *外国经济与管理*, 2011(11): 11–20.
- [35] 张慧玉. 新企业社会网络构建的效应机制研究: 基于效率与效果视角的实证研究 [M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2016: 9–10.
- [36] MARTENS M L, JENNINGS J E, JENNINGS P D. Do the stories they tell get them the money they need? the role of entrepreneurial narratives in resource acquisition [J]. *Academy of Management Journal*, 2007, 50(5): 1107–1132.
- [37] COHEN B D, DEAN T J. Information asymmetry and investor valuation of IPOs: top management team legitimacy as a capital market signal [J]. *Strategic Management Journal*, 2005, 26(7): 683–690.
- [38] POLLOCK T G, RINDOVA V P. Media legitimation effects in the market for initial public offerings [J]. *Academy of Management Journal*, 2003, 46(5): 631–642.
- [39] FINE G A. *Kitchens: The Culture of restaurant work*, updated with a new preface [M]. Oakland: University of California Press, 2008: 1–12.
- [40] LOUNSBURY M, GLYNN M A. Cultural entrepreneurship: stories, legitimacy, and the acquisition of resources [J]. *Strategic Management Journal*, 2001, 22(6/7): 545–564.
- [41] PAHNKE E C, MCDONALD R, WANG D, et al. Exposed: venture capital, competitor ties, and entrepreneurial innovation [J]. *Academy of Management Journal*, 2015, 58(5): 1334–1360.
- [42] CROSSAN M M, LANE H W, WHITE R E. An organizational learning framework: from intuition to institution [J]. *Academy of Management Review*, 1999, 24(3): 522–537.
- [43] OCASIO W, LOEWENSTEIN J, NIGAM A. How streams of communication reproduce and change institutional logics: the role of categories [J]. *Academy of Management Review*, 2015, 40(1): 28–48.
- [44] CLEMENTE M, ROULET T. Public opinion as a source of deinstitutionalization: “a spiral of silence” approach [J]. *Academy of Management Review*, 2015, 40(1): 96–114.
- [45] WRY T, LOUNSBURY M, GLYNN M A. Legitimizing nascent collective identities: coordinating cultural entrepreneurship [J]. *Organization Science*, 2011, 22(2): 449–463.

- [46] KAPLAN S, ORLIKOWSKI W J. Temporal work in strategy making[J]. *Organization Science*, 2013, 24(4) : 965-995.
- [47] DOGANOVA L, EYQUEM-RENAULT M. What do business models do?: innovation devices in technology entrepreneurship[J]. *Research Policy*, 2009, 38(10) : 1559-1570.
- [48] DRUCKER P. *Innovation and entrepreneurship*[M]. Abingdon-on-Thames: Routledge, 2014: 67-74.
- [49] ZHANG W, WHITE S. Overcoming the liability of newness: entrepreneurial action and the emergence of China's private solar photovoltaic firms[J]. *Research Policy*, 2016, 45(3) : 604-617.
- [50] MAGUIRE S, HARDY C. Discourse and deinstitutionalization: the decline of DDT[J]. *Academy of Management Journal*, 2009, 52(1) : 148-178.
- [51] HARDY C, MAGUIRE S. Discourse, field-configuring events, and change in organizations and institutional fields: narratives of DDT and the stockholm convention[J]. *Academy of Management Journal*, 2010, 53(6) : 1365-1392.
- [52] HARMON D J, GREEN S E, GOODNIGHT G T. A model of rhetorical legitimation: the structure of communication and cognition underlying institutional maintenance and change[J]. *Academy of Management Review*, 2015, 40(1) : 76-95.
- [53] GRAY B, PURDY J M, ANSARI S S. From interactions to institutions: microprocesses of framing and mechanisms for the structuring of institutional fields[J]. *Academy of Management Review*, 2015, 40(1) : 115-143.
- [54] BATTILANA J, LECA B, BOXENBAUM E. How actors change institutions: towards a theory of institutional entrepreneurship [J]. *The Academy of Management Annals*, 2009, 3(1) : 65-107.
- [55] DÉJEAN F, GOND J P, LECA B. Measuring the unmeasured: an institutional entrepreneur strategy in an emerging industry[J]. *Human Relations*, 2004, 57(6) : 741-764.
- [56] HARGADON A B, DOUGLAS Y. When innovations meet institutions: edison and the design of the electric light [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2001, 46(3) : 476-501.
- [57] GREENWOOD R, SUDDABY R, HININGS C R. Theorizing change: the role of professional associations in the transformation of institutionalized fields[J]. *Academy of Management Journal*, 2002, 45(1) : 58-80.
- [58] WRIGHT A L, ZAMMUTO R F. Creating opportunities for institutional entrepreneurship: the colonel and the cup in English county cricket[J]. *Journal of Business Venturing*, 2013, 28(1) : 51-68.
- [59] LAWRENCE T B, PHILLIPS N. From moby dick to free willy: macro-cultural discourse and institutional entrepreneurship in emerging institutional fields[J]. *Organization*, 2004, 11(5) : 689-711.
- [60] CORNELISSEN J P, DURAND R, FISS P C, et al. Putting communication front and center in institutional theory and analysis [J]. *Academy of Management Review*, 2015, 40(1) : 10-27.
- [61] VAARA E. Struggles over legitimacy in the eurozone crisis: discursive legitimation strategies and their ideological underpinnings[J]. *Discourse & Society*, 2014, 25(4) : 500-518.
- [62] MANTERE S, AULA P, SCHILDT H, et al. Narrative attributions of entrepreneurial failure[J]. *Journal of Business Venturing*, 2013, 28(4) : 459-473.
- [63] WOLFE M T, SHEPHERD D A. "Bouncing back" from a loss: entrepreneurial orientation, emotions, and failure narratives [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015, 39(3) : 675-700.
- [64] WOLFE M T, SHEPHERD D A. What do you have to say about that? performance events and narratives' positive and negative emotional content[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2015b, 39(4) : 895-925.
- [65] SHEPHERD D A. Party On! A call for entrepreneurship research that is more interactive, activity based, cognitively hot, compassionate, and prosocial[J]. *Journal of Business Venturing*, 2015, 30(4) : 489-507.
- [66] 施旭. 话语研究方法的“中国模式”[J]. *广东外语外贸大学学报*, 2012(6) : 5-8.
- [67] KELLER J, LOEWENSTEIN J. The cultural category of cooperation: a cultural consensus model analysis for china and the united states[J]. *Organization Science*, 2011, 22(2) : 299-319.
- [68] 李琳. 中外商务话语研究之比较[J]. *国际商务*, 2015(1) : 142-150.

