

Новые переводы

VR Предлагается основная часть статьи М. Аболафии «Рынки как культуры». Ее полный перевод готовится для публикации в нашей хрестоматии «Западная экономическая социология». Аболафия – один из ведущих представителей этнографического подхода в современной экономической социологии. В 2000 г. он выступал на организованной нами в Москве конференции «Экономическая социология на пороге третьего тысячелетия» (обзор см.: [Том 1, № 1](#)).

РЫНКИ КАК КУЛЬТУРЫ: ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ПОДХОД¹

Митчел Аболафия

Государственный университет Нью-Йорка в Олбани

E-mail: abolafia@csc.albany.edu

Перевод М.С. Добряковой

Научное редактирование – В.В. Радаев

В университетском учебнике по микроэкономике, который я читал будучи студентом, рынок определялся как «группа фирм или индивидов, которые взаимодействуют друг с другом в целях покупки или продажи какого-либо товара» [Mansfield 1972]. Далее в нем излагался абстрактный магический механизм ценообразования в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Оглядываясь назад, я понимаю, что мое внимание привлекла именно эта фраза – «взаимодействуют друг с другом» [in touch with each other]. Хотя в этом учебнике давались поистине энциклопедические знания о силах спроса и предложения, описание процессов экономического обмена было весьма размытым. Ведь когда люди «взаимодействуют друг с другом», они социально укоренены в сетях важных общественных отношений и культурно укоренены в смысловой системе норм, правил и когнитивных сценариев [scripts]. Трансакция – это не просто диадический обмен. Наряду с экономическими, она отражает социальные и культурные силы, которые ее формируют. Эти силы устанавливают, кто с кем может осуществлять трансакцию, где и когда она происходит, каким образом происходит координация спроса и предложения, как определяется товар, а также многие другие условия трансакции, которые влияют на действия покупателей и продавцов.

В данной главе рынки рассматриваются как культуры². Выражение «рынки как культуры» означает, что будучи местами осуществления повторяющегося взаимодействия/трансакции, рынки предполагают свои собственные, особенные совокупности взаимных пониманий [understandings]. Эти понимания одновременно стимулируют и ограничивают действия. Иными словами, участники рынка используют их как для преследования собственных интересов, так и для ограничения спектра возможных альтернатив. Такие понимания рождаются из взаимодействия, а затем подвергаются институционализации. Как таковые, они имеют тенденцию закрепляться и превращаться в ресурсы, которые усиливают способность к действию участников рынка. Тем не менее, рыночная культура не является

¹ Переведено по: Abolafia, M. Markets as Cultures: An Ethnographic Approach, in: Callon, M. (ed.) The Law of Markets. Oxford: Blackwell, 1998. P. 69–85.

² См. также вышедшие ранее работы о финансовых рынках как сетях [Baker 1984], рынках как политике [Fligstein 1996] и о финансовых рынках как когнитивных структурах [Smith 1981].

чем-то фиксированным. Причина этого в том, что она должна постоянно воспроизводиться посредством отношений обмена, которые легко поддаются изменениям. Далее мы рассмотрим некоторые силы, вызывающие изменения рыночной культуры.

Подход к рынкам как культурам предполагает три области исследований: конститутивных правил и ролей, локальной рациональности, а также динамики власти и изменений. В трех следующих разделах данной главы я остановлюсь на каждой из этих областей. В четвертом разделе будут рассмотрены методологические вопросы, связанные с изучением рынков как культур при помощи этнографического метода. На всем протяжении изложения я буду приводить примеры из моих собственных этнографических исследований фондовой биржи, рынков облигаций и фьючерсных рынков на Уолл-стрит [см. Abolafia 1996a].

Конститутивные правила и роли

Наиболее существенное преимущество анализа рынков как культур состоит в том, что такой подход помогает избавиться от атомизированного представления о рынках, согласно которому массы индивидов осуществляют транзакции, не встречая на своем пути никаких препятствий³. Он позволяет исследователю анализировать последствия повторяющейся транзакции, т.е. конструирование институционализированных отношений и систем смыслов. В ходе повторяющегося взаимодействия участники рынка формируют ожидания относительно уместного поведения и сценарии своих ролевых действий. Именно посредством правил и ролей участники и выстраивают [constitute] рынок.

Согласно данной точке зрения, рынки не создаются в момент взаимодействия, а существующие правила и роли – не единственные, которые могли бы сложиться на эффективно функционирующих рынках. Скорее, эти конститутивные правила и роли вырабатываются в ходе повторяющегося взаимодействия представителей влиятельных интересов, соперничающих между собой за установление контроля. Рынок есть отражение этой непрекращающейся конкуренции. Изменения в соотношении сил на нем определяют, кто может формулировать и переформулировать правила и ролевые отношения. Более того, эта конкуренция сама формируется под воздействием политической, экономической и регулятивной среды рынка. Таким образом, хотя его участники могут быть сколь угодно эгоистичными и рациональными максимизаторами полезности, их действия являются воплощением различных рыночных культур, зависящих от внутренних и внешних воздействий.

Конститутивные правила

Исследователь культуры рынков легко обнаружит, что их творцы – акторы, регулярно продающие и покупающие товары на данном рынке, – действуют согласно многочисленным формальным и неформальным правилам. Многие из этих правил по сути своей *регулятивны* [regulative] и призваны управлять действиями, преследующими собственный интерес⁴. Например, я обнаружил, что на нью-йоркской фондовой бирже [NYSE] трейдеры [traders] подчиняются «правилу действия» [rule of agency]: при любом уровне цены операции по запросу клиента всегда исполняются до осуществления собственных операций. Причем, это весьма прямолинейное предписание, подкрепленное мониторингом и санкциями.

³ О воображаемом мире без сил трения [frictionless imagery] в экономическом мышлении см. [Granovetter 1985].

⁴ О различии между регулятивными и когнитивными (конститутивными) правилами см. [Scott 1995]. Я использую данный термин в ином смысле, чем Скотт: с моей точки зрения, механизм подчинения конститутивному правилу может носить не только когнитивный, но и нормативный характер.

А поскольку искушение нарушить это правило велико, его соблюдение поддерживается жесткими мерами. В сущности, эти условия были навязаны извне Комиссией по ценным бумагам и биржам [Securities & Exchange Commission] в 1960-е годы вследствие предшествовавших многочисленных нарушений.

В то же время, трейдеры Нью-йоркской фондовой биржи часто рассуждали о единой цене [price integrity]. Здесь действует *конститутивное* правило, которое гласит, что цена должна устанавливаться в результате открытой конкуренции, когда все запросы и предложения представлены на рынке. Это правило объясняет, как *должен быть* сконструирован рынок. В продолжение этого правила творцы рынка поддерживают систему, в которой запросы и предложения по тем или иным акциям направляются в единый центр, где их можно сопоставить друг с другом. Убеждение торговцев, что это единственный правильный (*справедливый*) способ построения рынка, прослеживается в следующих высказываниях его участников: «Справедливое установление цены [fair pricing] означает представление всех запросов и предложений на рынок. Такой метод выявления цены [price discovery], – что и составляет нашу работу, – позволяет установить более единую цену, чем цены, устанавливаемые где бы то ни было в мире». Или: «Ценность фондовой биржи заключается в том, что она позволяет соблюдать максимальную степень справедливости. Все заявки конкурируют друг с другом – вот и получается наилучшая цена». Этот морализаторский, горделивый, благочестивый тон невозможно спутать ни с чем. «Перед вами обычный покупатель, встречающий обычного продавца. Их встреча должна быть справедливой по самым высшим меркам». Трейдеры часто возмущаются тем, что их коллеги на конкурирующих рынках не придерживаются данного конститутивного правила.

Хотя многие конститутивные правила (подобные правилу единой цены) основаны на нормах и ценностях, которые считаются уместными, существует и другой, менее явно выраженный их вид – конститутивные правила, основанные на институциональных сценариях, которые воспринимаются как нечто само собой разумеющееся. Так, на площадках Нью-йоркской фондовой биржи трейдеры считают само собой разумеющимся, что все операции происходят «тут же на самой площадке», что все запросы и предложения, не соответствующие текущей цене, записываются в «журнал»⁵ и что транзакции фиксируются на «пленке»⁶ настолько быстро, насколько это возможно. Эти правила являются частью кодекса биржевого сообщества. Новички учатся им, имитируя то, что уже превратилось в обычную практику. Именно эти содержательные сценарии лежат в основе повседневного воспроизводства рынка. Для членов данной культуры эти исходные положения не подвергаются сомнению. И опасения, что правила будут нарушены, не особенно велики, поскольку все сходится в том, что рынок должен строиться именно таким образом.

Конститутивные роли

Исследователь, анализирующий рынок с позиций культуры, обнаружит, что помимо правил, образующих данный рынок, его участники сконструировали многогранные социальные идентичности, которые начали определять поведение и взаимодействие тех, кто занимает соответствующие ролевые позиции. И вместо описываемого экономистами человека-калькулятора мы видим смышленного участника данного рынка, ловко управляющегося с набором имеющихся на нем культурных стратегий. Эти стратегии необходимо усвоить каждому новичку для успешного исполнения роли. По мере того как новички социализируются при помощи «ветеранов», эти сценарии начинают определять ценность их

⁵ «Журнал» – это запись всех запросов и предложений, которые были заявлены, но не реализованы.

⁶ «Пленка» – это запись всех происходящих на биржевой площадке транзакций в реальном времени. С ее помощью можно увидеть, что происходит на рынке.

поступков и приобретают характер чего-то самоочевидного. Подобно полицейским, врачам или гангстерам, участники рынка используют идентичности в качестве инструмента, позволяющего снизить степень неопределенности и риска в своем окружении и максимизировать возможности выживания.

В своем исследовании рынка облигаций в 1987–1989 гг. я изучал деятельность трейдеров четырех из десяти крупнейших инвестиционных банков Уолл-стрит. В самом начале полевых исследований я обратил внимание на то, как часто применительно к себе трейдеры используют слова «предприниматель» и «предпринимательский». У меня промелькнула мысль, что я стою посреди зала, где работают две или три сотни покупателей и продавцов, нанятых одной крупной публично организованной корпорацией. В каком смысле эти люди являлись предпринимателями? Позже я начал понимать, что «предприниматель» – это идентичность, посредством которой они выстраивали выполняемые ими роли. Она определяет то, как трейдеры относятся друг к другу в ходе транзакций и что они думают о самих себе. Эта идентичность образована стратегиями, которые лишь очень отдаленно напоминают веберовский дух капитализма и включают: полагание на собственные силы [self-reliance], эмоциональный контроль, готовность к риску, подчеркнутый материализм и оппортунистический настрой.

Трейдеры совершенно ясно отдают себе отчет в том, что от них ожидается полагание на собственные силы. «Этот бизнес требует немалой предприимчивости. Никто не будет помогать тебе зарабатывать деньги. Все слишком заняты собственным делом». Трейдеры сидят в комнате, где полно других таких же торговцев, и совершают транзакции на рынке по телефону и посредством компьютерных сетей. Вот слова одного из них: «Не думаю, что здесь я могу на кого-то положиться. *Таков наш бизнес.* Ты вынужден полагаться только на самого себя». Подобные заявления характеризуют и самих акторов, и их действия. Они описывают деперсонифицированную среду, в которой практически нет места доверию и сотрудничеству. Здесь наблюдается явный контраст с ситуацией на Нью-йоркской фондовой бирже, где трейдеры заключают сделки лицом к лицу, рассуждая о доверии и построении отношений с клиентами.

Второй элемент из набора инструментов торговца ценными бумагами – эмоциональный контроль. Идеал такого трейдера – дисциплинированный, хладнокровный, сосредоточенный человек, иначе говоря, «прирожденный трейдер» [genes-trader]. Торговцы вовлечены в непрекращающийся поток судьбоносных решений, связанных с миллионами долларов. Они характеризуют свою работу как возбуждающую, рискованную и стрессовую. «Вне всякого сомнения, здесь не заснешь... Темп очень высок и ставки велики». И одобряемой культурной реакцией на подобные условия становится невозмутимая манера поведения. Как объясняет один из трейдеров: «Я придерживаюсь первого привила выживания: старайся не втягиваться в работу рынка на слишком личном уровне. Иначе ты завязнешь в этой борьбе – и не факт, что выйдешь победителем». Подобные заявления об эмоциональной дистанцированности делаются для того, чтобы поддержать ощущение контроля над ситуацией самого торговца и внушить его любому внешнему наблюдателю.

Склонность к риску – третий основной элемент идентичности трейдера. Вообще с идентичностью человека, склонного к риску, управляться не просто. С одной стороны, торговцы считают себя дисциплинированными и хладнокровными, а с другой, – они видят себя действующими игроками. Предполагается, что процесс построения рынка содержит в себе элементы нервозности и страха. «Ты должен сохранять равновесие. Должен вести себя так, чтобы никто не мог выбить тебя из седла. Надо быть готовым к тому, что завтра игра продолжится». Вполне очевидно, что в различных отраслях участники рынка проявляют разный уровень склонности к риску. Для идентичности трейдеров склонность к риску является тем, что И. Гофман называет «практической азартной игрой» [a practical gamble] [Goffman 1967].

Четвертый элемент этой идентичности – стратегическое использование обманных действий [guile]. Торговцы называют это поведение «агрессивным». Оно обозначает действие, в котором трейдер использует свои преимущества для того, чтобы обмануть партнера по ремеслу. Мои респонденты рассказывали о том, как клиентам «сбрасывались ценные бумаги» или как «выставлялся запрос» на них при отсутствии намерения покупать по данной цене. Эти и другие подобные стратегии являют собой сценарии, усвоенные теми, кто выполняет данные роли и кто воспроизводит оппортунистический характер рынков облигаций, господствовавший в 1980-е годы.

Данные стратегии преследуют цели неприкрытого материализма, выступающего как индикатор статуса трейдера. Торговцы облигациями совершенно четко представляют себе, в чем заключается квалифицированное выполнение их роли. «*В этом бизнесе деньги – определяют все. Сколько ты зарабатываешь, столько и стоишь*». В отличие от рынков высоких технологий, где участники связывают свою идентичность с инновациями, или от сферы услуг – например, ресторанного бизнеса, – где идентичность связана с удовлетворением запросов клиента, торговцы облигациями превыше всего ставят подчеркнутый материализм. Деньги и то, что способствует их приобретению, формируют идентичность, которая в качестве мерила успеха и силы на торговой площадке рынка облигаций преобладает над харизмой, физической привлекательностью или умением общаться. Однако здесь важны не деньги как таковые, а статус и одобрение со стороны коллег, которые они приносят своему обладателю и которые образуют основу его идентичности. В результате, беззастенчивая погоня за богатством становится приемлемой целью, а характерная для работы в других сферах необходимость выглядеть благочестивым отпадает.

Конститутивные правила и роли варьируются от рынка к рынку. На аукционах, оптовых и розничных рынках действуют разные правила, а роли брокеров и дилеров, продавцов и покупателей различны. Как нам кажется, на одних рынках их участники в большей степени полагаются на собственные силы, на других – более склонны к сотрудничеству. Анализируя рынки как культуры, исследователь выявляет различные правила и роли, при помощи которых участники конструируют свои рынки, а также условия, лежащие в основе этих различий.

Локальная рациональность

Экономисты (в частности, финансовые экономисты) рассматривают рациональность как культурную универсалию и объясняют ее как часть человеческой природы. В рамках подхода к рынкам как культурам рациональность рассматривается как культурная форма, характерная для определенного сообщества [community-based] и зависящая от контекста [context-dependent]. Рациональность на биржевой площадке отличается от рациональности торговцев крупным рогатым скотом или автомобильных дилеров. Культурноориентированный подход делает попытку выявить когнитивные ограничения и социально сконструированные локальные формы рациональности. Этнограф исследует то, как участники рынка конструируют процесс принятия решений, а также индивидуальные и социальные средства определения ценности на рынке.

Может показаться, что участники финансовых рынков вполне соответствуют созданному экономистами идеальному типу человека, принимающего решения на основе обширного потока информации в неудержимой погоне за прибылью. Трейдеры фондовых и фьючерсных бирж, а также торговцы облигациями больше, чем можно было бы ожидать, приближаются к этому типу эгоистичного, хорошо информированного рационального максимизатора полезности, изображенного в финансовой литературе при попытке представить участников рынка. Тем не менее последние они остаются существами, не чуждыми когнитивным и социальным процессам, и в результате оперируют несовершенной информацией, подвластны

воле привычек, обычаев и институционализированных мифов о том, как следует вести торговлю. Наблюдение и интервью показали, что на фондовых рынках [stock markets], рынках облигаций [bond markets] и фьючерсных рынках [futures markets] участники конструируют локальные формы рациональности на основе ресурсов и условий, в которых они укоренены. Даже в высшей степени рационализированном мире финансовых рынков процессы адаптации затруднены существующими условиями неопределенности, неоднозначности и институционализированности.

Локальную рациональность в рыночной культуре можно понять, изучая инструменты принятия решений, используемые участниками рынка. Эти инструменты суть сценарии, созданные теми, кто принимает решения, для преодоления неопределенности и неоднозначности своей среды [подробнее см. Abolafia 1996b]. Подобные инструменты институционализируются для того, чтобы ими могли воспользоваться все, кто оказался в данном рыночном контексте. Индивиды учатся полагаться на них, когда сталкиваются с решениями, предусматривающими некоторую последовательность действий на рынке. В проведенном мною исследовании торговцев облигациями инструменты принятия решений выражались в привычках или превратившихся в ритуал обычаях, к которым негласно, но беспрестанно апеллировали в течение всего дня торгов. Наиболее важные инструменты принятия решений на рынке облигаций – это *бдительность* [vigilance] и *интуитивные оценки* [intuitive judgement].

Бдительность предполагает способность находить и усваивать широкий спектр информации, которая может оказаться полезной для принятия решений. В торговле облигациями бдительность включает несколько взаимосвязанных элементов: отсеив информации [sorting], использование связей [networking] и определение стоимости [establishing value].

Первый элемент бдительности – *отсев информации*. Объем доступной информации настолько велик, что возникла целая вспомогательная индустрия, занимающаяся анализом рыночных трендов и предоставлением информации торговцам. Каждый торговец должен разобраться в цифрах и в их множественных интерпретациях. Зачастую у торговцев есть излюбленный стиль и манера интерпретации. Соответственно, они относят себя к «чартистам»⁷, «фундаменталистам»⁸ или последователям каких-либо иных интерпретативных традиций. Большинство разрабатывают некую рутинную процедуру сортировки информации, чтобы охватить излюбленные источники информации. Эта процедура осуществляется ежедневно до начала торгов и затем продолжается в течение дня.

Когда информация собрана и «просеяна», торговцы приступают к *работе по использованию связей* [networking], чтобы увидеть, как другие воспринимают ту же самую или иную информацию. Они поддерживают контакт с брокерами, трейдерами, продавцами, экономистами и информаторами в правительственных структурах. Как правило, торговцы сознают, что важна не столько корректность интерпретации, сколько степень совпадения восприятий одной и той же информации разными людьми. Наконец, последний элемент сценария бдительности – *установление стоимости* [establishing value]. Это локальный термин, обозначающий оценку того, каким «должна быть» цена облигации. Как отмечает Ч. Смит [Smith 1989], на этом в высшей степени подвижном рынке наиболее важными источниками информации для определения стоимости являются последние транзакции. Кроме того, существуют нормы и мифы относительно приемлемых ценовых колебаний во времени, а также влияние колебаний одного инструмента на другой, что и формирует процесс установления стоимости.

⁷ «Чартисты» – это торговцы, которые отмечают на карте рыночные колебания цен и на их основе прогнозируют будущие колебания.

⁸ «Фундаменталисты» основывают свою торговлю на информации о фирме и ее рыночной позиции на рынке.

Предписания бдительности отражают аналитические склонности участников рынка. Отсев информации, использование связей и установление стоимости являются общими стратегиями, которые, в силу их привычной повторяемости, более или менее подробно может описать любой участник рынка. На практике эти инструменты ориентируют трейдеров относительно позиций друг друга, создавая общие или конкурирующие интерпретации состояния рынка и направления его движения. Основываясь на своем понимании этих интерпретаций, отдельные торговцы решают, когда и каким образом осуществлять транзакции на данном рынке. Порою это порождает стадное поведение или же, напротив, – вызывает реакцию сопротивления стадности. Однако чаще всего данные оказываются запутанными, а предсказательная способность интерпретаций достаточно неопределенной. В результате, аналитические процедуры не способны целиком исчерпать репертуар используемых участниками инструментов принятия решений. Мои респонденты частенько говорили: «Торги – это не наука, это искусство». Здесь нет однозначных рецептов. Скорее, этому можно научиться, причем, как правило, в течение длительного времени. Другой респондент отметил: «Трейдеры не могут объяснить словами, что они делают... Просто у них что-то щелкает». И этот «щелчок» есть *интуитивная оценка* [intuitive judgement]. Участник рынка развивает некоторое абстрактное чувство, подсказывающее ему, как рынок реагирует на те или иные условия. Эти абстрактные ощущения, или образы, формируются при совершении транзакции посредством наблюдения за тем, как это делают другие, и опираются на рыночные истории.

Чаще всего интуитивные оценки встречаются в условиях высокой неопределенности. Ведь в конечном итоге, различные показатели, отчеты и использование связей не могут с определенностью предсказать направление движения. Итоговые решения в конечном счете основываются на интуитивных оценках по поводу той или иной транзакции. Среда, в которой работают участники рынка, одновременно неопределенна и неоднозначна. Неопределенность вызывается как ограниченными когнитивными возможностями индивида, так и временными ограничениями, задаваемыми потоками рыночных транзакций. Невозможно целиком переработать весь поток информации о рынке. Новички приходят к пониманию того, что либо они научатся делать так, чтобы и у них в голове в нужный момент «щелкало», либо их ожидает провал. И хотя исследователи, не став участниками рынка, никогда не смогут полностью понять механизм интуитивных оценок, они могут выстроить образы участников рынка в определенную схему и выявить условия, которые их формируют. Это позволяет представить искусство построения рынка менее мистическим образом. А посылка экономистов о рациональной максимизации полезности может быть заменена эмпирическим описанием локальной рациональности.

Инструменты принятия решений черпаются из контекста, в котором работают участники рынка. Различные формы бдительности и интуитивных оценок, а также различные инструменты принятия решений можно встретить и на других рынках. Способы, которыми различные отрасли организуют информацию, даже то, что они определяют в качестве полезной информации, существенно различаются. Возраст данной сферы деятельности, ее технологии, уровень образования ее участников, уровень конкурентоспособности – все это формирует инструменты принятия решений, которые в ней используются. Важными силами, влияющими на изменения, являются компьютеризация и глобализация. Однако поскольку создание рынка – это некое ремесло, зачастую сохраняются и исторически сложившиеся методы установления стоимости.

Динамика власти и изменений

Конститутивные правила и локальные рациональности создаются участниками рынка и, в свою очередь, формируют их поведение. В ходе этого процесса возникают стабильные и

упорядоченные рынки. Однако правила, роли и даже рациональности не остаются неизменными. Существующая рыночная культура отражает попытки акторов, наделенных властью на данном рынке, формировать и контролировать свою среду, даже если та в свою очередь формирует и контролирует их. Нельзя сказать, что эти попытки не встречают сопротивления. Группы, образованные на основе сегментации данного рынка, его региональной принадлежности или по принципу отнесения их членов к продавцам или покупателям, конкурируют между собой за возможность формировать рыночную культуру. Группы, обладающие наибольшей властью, будут оказывать наибольшее влияние на реконструкцию правил, ролей и рациональностей. Вероятность того, что попытка стратегических изменений, предпринимаемая той или иной группой, окажется удачной, в значительной степени зависит от действия или бездействия агентов, контролирующих данную среду, – например, хозяйственных организаций или правительственных регулирующих структур.

Динамика власти и изменений в рыночной культуре происходит в контексте институционального давления [institutional pressures]. На самом нижнем уровне находится отдельный трейдер. Как мы уже видели, хотя отдельные торговцы и движимы эгоистическим интересом, они также укоренены в некоторой системе правил и ролей, которая является продуктом их взаимодействия. Набор этих правил и ролей определяет спектр культурно санкционированных типов поведения на рынке. Конкуренция и конфликты между группами на рынке могут подталкивать к изменениям правил и ролей.

Сразу над нижним уровнем находится определенный тип неформального и формального саморегулирования, навязываемого членством в репутационных сетях [reputational networks], сфере деятельности и торговых группах. На многих рынках участники организовались для регулярного взаимодействия по поводу стандартов, лоббирования и прочих коллективных благ. Наконец, на изменения культуры оказывают влияние и правительства. Как это показывают события в табачной промышленности конца XX в., правительство способно оказывать существенное воздействие на изменение правил, ролей и локальных рациональностей на рынке.

Однако ни на одном из этих уровней институционального давления невозможно совершенно точно предсказать, когда и как именно изменится культура. Участники рынка скорее всего будут сопротивляться попыткам внешнего вмешательства, и их рыночная сила будет важным фактором, определяющим успех такого сопротивления. Культурные изменения могут возникать из недр внутренней властной динамики или как результат адаптации к изменениям внешней среды. Один тип изменений культуры предполагает переопределение оппортунизма – этой серой области, располагающейся на грани допустимого поведения. Мое исследование фондовых рынков, рынков облигаций и фьючерсных рынков позволяет предположить, что они проходят через некие циклы оппортунизма – периоды, когда границы допустимого объема мошенничества [guile] расширяются, а затем сужаются. Данные циклы связаны с меняющимися экономическими и политическими условиями, однако по ним точно предсказать динамику цикла нельзя. Порою, несмотря на сильное давление среды, властным коалициям удавалось успешно отбить попытки культурных изменений.

Довольно яркий пример изменения культуры привели участники рынка, работавшие на площадках Нью-йоркской фондовой биржи. Мы разделим наш рассказ на два периода – до изменений и после них. Период до изменений продолжался с 1930-х по 1960-е годы. В это время указанные специалисты следовали традициям цеховой культуры, которая существовала до кризиса 1929 г. Даже когда в 1934 г. была создана Комиссия по ценным бумагам и биржам [SEC], специалисты зачастую проворачивали свои собственные операции до операций клиентов и использовали доступную им информацию в личных целях. Когда глава SEC, Уильям О. Дуглас [William O. Douglas] заявил, что специалисты не могут больше работать одновременно брокерами и дилерами, биржа пригрозила закрыться вовсе, и Комиссия вынуждена была отступить. В итоге в 1930–1950-е годы специалисты

наслаждались неограниченной властью на торговых площадках, а их культура отражала ничем не прикрытый экономический интерес.

«Постреформенный» период начинается с серьезного падения рынка. В 1962 г. кризис был не столь серьезным, как в 1929 г., однако он вновь поставил вопрос о власти специалистов. SEC обнаружила, что специалисты не выполняют свою функцию стабилизации рынка. В результате для них были выработаны четкие правила. В 1960–70-е годы власть специалистов на бирже становилась все более шаткой по мере утверждения на торгах доминирующей роли институциональных инвесторов. Когда специалисты лишились своей власти на уровне отдельных транзакций, они уже не могли отстаивать правила и нормы регулирования. Фирмы, оперирующие ценными бумагами, и их клиенты – институциональные инвесторы – требовали от участников рынка более высокого уровня услуг. К началу 1990-х годов, когда я оказался на NYSE, рыночная культура уже кардинально изменилась и стала ориентироваться на соблюдение правил и обслуживание клиентов.

<...>

Заключение

В чем же, таким образом, состоят сильные и слабые стороны подхода к анализу рынков как культур? Во-первых, рассматривая рынки как культуры, мы не принимаем рациональность как некую данность. Ведь поскольку в большей части неоклассических экономических исследований рациональность рассматривается как нечто недифференцированное, не зависящее от контекста, нам необходимо исследовать то, как протекает процесс принятия решения в своей естественной среде. Для обнаружения инструментов принятия решения, описываемых в данной работе, а также для изучения отклонений и познавательных элементов, о которых пишут Д. Канеман, А. Тверски и их коллеги [Kahneman & Tversky 1982], более всего подходит индуктивное исследование. Во-вторых, подход к рынкам как культурам позволяет избежать функционалистского заблуждения, свойственного теориям агентских отношений и транзакционных издержек и гласящего, что принятые на рынке правила и роли суть отражение требований рыночной эффективности. Скорее, власть, статус и исторические взаимосвязи (зависимость от предшествующего пути) на рынке отображены социальными образованиями. Данный подход позволяет нам увидеть, как происходит социальное конструирование рыночной культуры.

В-третьих, акцент на субъективном опыте участников рынка при соблюдении ими правил и выполнении ролей обращает наше внимание на тот факт, что эти правила и роли отнюдь не статичны. Респонденты разворачивают перед нами институциональную историю. Вооружившись подобными архивными материалами, этнограф может исследовать динамику культурных изменений.

Однако несмотря на эти явные преимущества, у подхода к анализу рынков как культур есть и один очевидный недостаток. Этот анализ требует этнографических полевых исследований. А как уже говорилось, доступ к респондентам получить бывает трудно, завоевание их доверия требует времени. Хорошие базы данных слишком громоздки, их анализ чересчур дорог. Тем не менее, рассматриваемый подход является возможной альтернативой столь прочно утвердившемуся в западной культуре восприятию того, что происходит на рынках, как чего-то самоочевидного. Это позволяет на эмпирическом уровне прикоснуться к разнообразию типов хозяйственного поведения и заставляет пересмотреть наши представления о существующих институциональных образованиях.

Литература

Abolafia, M.Y. (a) *Making Markets: Opportunism and Restraint an Wall Street*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

- Abolafia, M.Y. (b) Hyper-rational Gaming, *Journal of Contemporary Ethnography* (July 1996). Vol. 25, No. 2. P. 226–250.
- Baker, W. The Social Structure of a National Securities Market, *American Journal of Sociology* (1984). Vol. 89. P. 775–811.
- Fligstein, N. Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions, *American Sociological Review* (1996). Vol. 61. P. 656–673.
- Goffman, E. *Interaction Ritual*. Garden City, N.Y.: Anchor, 1967.
- Granovetter, M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology* (1985). Vol. 91. P. 481–510.
- Jackall, R. *Moral Mazes*. N.Y.: Oxford University Press, 1988.
- Kahneman, D., P. Slovic, and A. Tversky. *Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- Mansfield, E. *Principles of Microeconomics*. N.Y.: W.W. Norton, 1972.
- Scott, W.R. *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1995.
- Smith, C. *The Mind of the Market*. Totowa, New Jersey: Rowman and Littlefield, 1981.
- Smith, C. *Auctions: The Social Construction of Value*. Berkeley: University of California Press, 1989.
- Thomas, R. Interviewing Important People in Big Companies, *Journal of Contemporary Ethnography* (1993). Vol. 22, No. 1. P. 80–96.