

Предисловие составителя и научного редактора

Вряд ли есть необходимость объяснять, насколько важно переводить на русский язык западные классические и современные работы для развития и институционализации любого исследовательского направления в социальных науках. Нам хотелось бы, чтобы таких переводов было намного больше, нежели мы имеем в настоящий момент. Необходимо вводить в широкий научный оборот уже зарекомендовавшие себя концепции, которые конституируют ту или иную область знания, и в то же время не упускать из виду новые наработки, которые являются последним словом данной дисциплины. Особенно это важно для России, где внутренняя академическая коммуникация на иностранных языках практически отсутствует. В полной мере это относится и к интересующей нас области — экономической социологии¹. Здесь по-прежнему сохраняется множество пробелов: не только отдельные ключевые работы, но и многие ведущие зарубежные авторы еще никогда не публиковались на русском языке. И представляемый вашему вниманию сборник призван сделать очередной шаг в заполнении этих пробелов.

Предшествующие переводные проекты. Книга является продолжением серии переводных проектов, выполненных коллективом кафедры экономической социологии и Лаборатории экономико-социологических исследований Государственного университета — Высшей школы экономики. Систематическая работа по переводу современных авторов была развернута с 2000 г. в рамках электронного журнала «Экономическая социология» (<http://www.ecsoc.mses.ru>), где в постоянной рубрике «Новые переводы» на русском языке впервые были опубликованы работы многих ведущих исследователей. Одновременно в каждом номере журнала публиковались интервью с лидерами мировой экономической социологии. Многие переводные материалы были представлены также в рубриках «Профессиональные обзоры», «Новые тексты» и «Новые книги».

Помимо электронных публикаций, наша работа воплотилась в серии изданий бумажного формата. Так, в 2002 г. вышел в свет фактически первый в

¹ О ситуации с переводами экономико-социологических работ в середине первого десятилетия 2000-х гг. см.: *Радаев В.В.* Экономическая социология: Учеб. пособие. М.: ГУ ВШЭ, 2005. Гл. 25.

России сборник работ ведущих современных экономосоциологов «Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу», в который вошли новые, ранее нигде не публиковавшиеся (даже на английском языке) работы таких известных ученых, как Н. Биггарт, Д. Старк, Л. Тевено, Х. Уайт, Н. Флигстин². Как следует из самого названия, внимание в сборнике было сконцентрировано на двух направлениях исследований — новом институционализме и сетевом подходе в экономической социологии, — которые мы считали наиболее важными для характеристики современного состояния всей дисциплины. Заметим, что труды таких авторов, как Н. Флигстин, Х. Уайт и Н. Биггарт, переводились на русский язык впервые.

Публикация книги стала одним из результатов состоявшейся в январе 2000 г. в Москве крупной и пока в своем роде единственной для России международной конференции «Экономическая социология на пороге третьего тысячелетия», которая имела статус промежуточной конференции (Interim Conference) двух наиболее крупных профессиональных социологических ассоциаций — Международной социологической ассоциации (ISA, Комитет RC02 «Хозяйство и общество») и Европейской социологической ассоциации (ESA, Исследовательская сеть по экономической социологии)³.

Далее появился перевод книги В. Зелизер «Социальное значение денег»⁴, несомненно являющейся лучшим современным исследованием в области социологии денег и одной из наиболее интересных книг на социально-экономические темы. «Это удивительное и вдохновляющее путешествие, позволяющее увидеть те роли, которые играли деньги в потреблении и культуре Америки XIX — начала XX веков», — так отзывался о ней известный экономист Альберт Хиршман⁵.

Вскоре была завершена длительная работа по подготовке и изданию наиболее фундаментального из наших переводных проектов под названием «Западная

² См.: Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2002.

³ Конференция была организована В.В. Радаевым на базе Московской Высшей школы социальных и экономических наук. В ней приняли участие более ста исследователей из 16 стран и 14 регионов России и выступили такие ведущие ученые, как М. Аболафия, Н. Биггарт, Дж. Гершуни, Э. Минжиони, Д. Старк, Х. Уайт, А. Шик и многие другие. Подробнее см.: *Рощина Я.М.* Экономическая социология на пороге третьего тысячелетия // Экономическая социология. 2000. Т. 1. № 1. С. 130—135. <http://ecsoc.msses.ru>.

⁴ См.: Зелизер В. Социальное значение денег. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.

⁵ Незадолго до выхода этой книги мы опубликовали первый перевод В. Зелизер — ее известную статью «Создавая множественные деньги» (Зелизер В. Создание множественных денег // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 4. С. 58—72. <http://ecsoc.msses.ru>).

экономическая социология: Хрестоматия современной классики»⁶. Хрестоматия начиналась с вводного обзора классических работ и нескольких фрагментов классических авторов — М. Вебера, К. Поланьи, Т. Парсонса и Н. Смелсера. Но ее основную часть составил корпус текстов, который относится к тому, что мы назвали «современной классикой» — лучшие исследовательские работы 1990-х и отчасти 2000-х гг. Здесь впервые вышли на русском языке публикации таких ведущих авторов, как М. Аболафия, Ф. Блок, Дж. Гершуни, М. Грановеттер, Г. Джереффи, П. Димаджио, Ф. Доббин, Х. Олдрич, У. Пауэлл, А. Портес, Р. Уолдинггер.

Хрестоматия имеет сложную структуру, выстроенную по двум принципам: тематике исследований и методологическому подходу, а все вошедшие в нее материалы рубрицируются дважды. Во-первых, они репрезентируют определенные объектные области: предпринимательство и хозяйственные организации, рынки труда и финансовые рынки, домашнее хозяйство и потребление, хозяйственные роли государства и модели социально-экономического развития. Во-вторых, они демонстрируют специфические исследовательские подходы — например, разные виды структурализма и институционализма, социокультурных и политико-экономических изысканий. Пересечение двух плоскостей было призвано продемонстрировать богатство исследовательских направлений, которое охватывает современная экономическая социология. При этом в каждом случае мы отбирали ведущих ученых, которые не просто представляют то или иное исследовательское направление, но сами входят в число его создателей; тех, чьи работы, на наш взгляд, дают наиболее отчетливое представление о данном исследовательском направлении.

Спустя два года, в 2006 г. увидела свет еще одна книга: «Экономическая социология: Автопортреты», два из трех основных разделов которой состояли из переведенных работ⁷. Она была выполнена в особом жанре: ведущие представители экономической социологии рассказывали о своей дисциплине (поэтому книга и была названа «Автопортреты»). Первая ее часть содержит серию интервью, записанных В.В. Радаевым в первой половине текущего десятилетия с ведущими исследователями в области экономической социологии, создателями и интеллектуальными лидерами ее основных направлений (среди них М. Грановеттер, У. Пауэлл, Р. Сведберг, Н. Смелсер, Д. Старк, Л. Тевено, Х. Уайт, Н. Флигстин и др.) и некоторыми известными экономистами (Дж. Акерлофом, О. Уильямсоном).

⁶ Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; Пер. М.С. Добряковой. М.: РОССПЭН, 2004.

⁷ См.: Экономическая социология: автопортреты / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006.

Вторая часть книги включает аналитические обзоры современного состояния и перспектив развития экономической социологии в разных странах. В основном это переводы публикаций из европейского электронного ньюслеттера «Экономическая социология» (<http://econsoc.mpfig.de>). Очень важно, что большая часть обзоров по странам была подготовлена ведущими исследователями из этих стран, их авторы были погружены в соответствующую профессиональную среду и знали предмет изнутри. В результате публикации этой необычной серии интервью и блока страновых обзоров мы получили своего рода микроэнциклопедию современной экономической социологии.

Особенности данной книги. Она продолжает тему современной классики в мировой экономической социологии. Иными словами, все переведенные работы были опубликованы в оригинале в 1990—2000-е гг. Они либо относятся к числу наиболее широко цитируемых статей из ведущих социологических журналов, либо публиковались ведущими авторами в наиболее известных сборниках по экономической социологии в начале текущего десятилетия. Более половины вошедших в книгу работ написаны американцами, что вполне естественно — американская экономическая социология (по крайней мере пока) занимает лидирующие позиции. Но без разнообразных идейных течений, представленных европейцами, современную экономическую социологию уже невозможно себе представить. И их работам отведено значительное место в сборнике. Добавим, что для всех авторов, кроме Н. Биггарт, К. Кнорр-Цетины и Н. Флигстина, это первые публикации на русском языке.

К особенностям книги относится и то, что она фокусируется на одной из предметных областей экономической социологии — социологии рынков. Это не случайно — данное направление исследований в последнее десятилетие стало ведущим в экономической социологии, а изучению самых разных рынков средствами экономико-социологического анализа посвящается все возрастающее количество работ. Социологов перестал смущать тот факт, что в течение долгого времени рынки считались зоной исключительной ответственности экономической теории. В условиях, когда объектные области разных наук все более и более пересекаются, экономическая социология предлагает свои собственные видения того, как работают рынки, которые в отдельных пунктах могут пересекаться с тем, что делается экономистами (чаще всего не принадлежащими к мейнстриму), а в других пунктах контрастируют с конвенциональными экономическими подходами.

При отборе материалов для перевода был применен и еще один принцип — основная часть текстов сочетает теоретические выкладки и результаты эмпирических изысканий (или, по крайней мере, опирается на обобщение предшествующих эмпирических исследований автора). Мы не хотели ограничиваться общетеоретическими построениями и стремились показать, как операция-

лизируются те или иные общие категории и какими инструментами пользуются представители экономической социологии в исследованиях конкретных рынков.

Общая задача книги, как и наших прежних переводных проектов, — продемонстрировать заинтересованному читателю разные исследовательские подходы и образцы творческой деятельности современных авторов, работающих в русле экономической социологии. И вы увидите, что эти подходы действительно очень разнообразны. Весьма широк и перечень исследуемых рынков: это автомобильная и швейная промышленность, финансовые рынки и рынок медицинских услуг, рекламная индустрия и рынок модной фотографии. Каждый из них имеет свои особенности, что делает общую картину еще более интересной. Отдельную тему представляет влияние государства на развитие современных рынков.

Следует сказать и о специфике организации работы по переводу отобранных текстов. В начале 2006 г. в рамках Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ появился новый проект — «Школа переводчиков». Лучшие магистры и аспиранты кафедры экономической социологии, работающие в качестве сотрудников Лаборатории, выбрали приглянувшиеся им статьи из запланированной структуры сборника и подготавливали пробные переводы нескольких страниц. Если проба признавалась успешной (что случалось не всегда), делался перевод всего текста, который затем редактировался профессиональным переводчиком и ответственным редактором (М.С. Добрякова), научным редактором (В.В. Радаев) и литературным редактором (К.М. Канюк). В результате появились дебютные переводы Е.С. Александровой, Н.В. Андрияшина, Е.Б. Головляничиной, З.В. Котельниковой, А.А. Куракина, Ю.Р. Муратовой, А.В. Шевчука. Мы поздравляем наших коллег, которые успешно справились с весьма непростой задачей.

Структура и содержание книги. Прежде чем анализировать то, как работают современные рынки, необходимо определить, что, собственно, мы понимаем под «рынком». Тем более, что сплошь и рядом это понятие трактуется по-разному⁸. Поэтому вводная статья, написанная составителем и научным редактором данного сборника, начинается с попытки реконструкции исходного (родового) понятия рынка, из которого впоследствии выросли самые разнообразные экономические и экономико-социологические концепции и модели. Основная же часть книги посвящена изложению *ключевых направлений современных*

⁸ См.: Радаев В.В. Что такое рынок: экономико-социологический подход // Общественные науки и современность. 2007. № 3. С. 115—128; № 4. С. 117—132; *Он же*. Что такое рынок: экономико-социологический подход // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 5. С. 14—27; Т. 8. № 1. 2007. С. 9—26. <http://ecsoc.msses.ru>.

экономико-социологических исследований рынков. Мы увидим, как представляют себе рынок организационные экологи и представители сетевого подхода, новые институционалисты и аналитики властных отношений, приверженцы социокультурных и феноменологических исследований. За всем этим разнообразием стоит фундаментальная предпосылка о принципиальной значимости социальных отношений (в каких бы конкретных формах они ни выступали) для формирования поведения участников рынка и достигаемых ими результатов.

Существует ли универсальная логика организации рынков? Действуют ли фирмы, функционирующие в разных странах, в соответствии с едиными организационными принципами? Сравнительные экономико-социологические исследования решительно отвергают подобный подход. И первая группа статей посвящена теме *множественности институциональных логик организации рынков*, благодаря которым рынки различаются по странам, а также эволюционируют от одного состояния к другому в рамках одной страны. Раздел открывается работой Р. Дора (Лондонская школа экономики и политических наук, Великобритания), которого мы вправе назвать патриархом сравнительных экономико-социологических исследований. Его вышедшая еще в 1973 г. книга «Британская фабрика — японская фабрика»⁹ стала своего рода каноном для изучения сравнительных трудовых отношений.

В оригинале предложенная вниманию читателей статья называлась «Отличительные особенности Японии» («Distinctiveness of Japan»). На наш взгляд, это название не слишком удачно, ибо в действительности статья посвящена не одной только Японии, а представляет собой сравнительный анализ англосаксонской и японской моделей организации фирмы и ее позиционирования на рынке. Здесь сталкиваются взгляд на фирму как преимущественно собственническую структуру и подход к фирме как единому сообществу, деятельность которого, в свою очередь, может быть подчинена интересам менеджеров или интересам работников. Тем самым автор продолжает тему множественности моделей современного капитализма, берущую начало еще от работ М. Вебера и В. Зомбарта. Эта тема обрела особую популярность в 1990-е и 2000-е гг. как антитеза абстрактным рассуждениям о всеобщей глобализации.

Другой вариант межстрановых сравнительных исследований предлагают Н. Бигарт (Университет Дэвиса, США) и М. Гиллен (Уортонская школа бизнеса, университет Пенсильвании, США)¹⁰. Они анализируют возникновение двух смежных отраслей — сборки автомобилей и производства автомобильных

⁹ См.: *Dore R. British Factory — Japanese Factory: The Origins of National Diversity in Industrial Relations*. L.: George Allen & Unwin, 1973.

¹⁰ Мы уже публиковали перевод одной из статей Н. Бигарт. См.: *Бигарт Н. Социальная организация и экономическое развитие // Экономическая социология: Новые подходы к ин-*

комплектующих в Южной Корее, Тайване, Испании и Аргентине после Второй мировой войны. Авторы ставят перед собой вопросы: существуют ли универсальные механизмы достижения конкурентоспособности, и какие факторы лежат в основе рыночного успеха. И убедительно показывают, что каждая из четырех стран двигалась своим путем в зависимости от сложившихся институциональных механизмов.

Южная Корея, где господствующие позиции на рынке заняли крупные частные компании, имеющие тесные связи с правительством, превратилась в крупного экспортера готовых автомобилей. Но как ни старалась, она не смогла превзойти успехи Тайваня в создании гибкого производства автомобильных комплектующих.

Тайвань, чьи достижения базировались на гибкости сетевых семейных фирм, напротив, преуспел в экспорте комплектующих, но не смог воспроизвести у себя формат крупных корейских сборочных предприятий.

Испания, где основными игроками стали использующие международные технологии и маркетинговые каналы транснациональные компании, поставил на мировой рынок как готовые автомобили, так и автомобильные комплектующие.

Аргентина с присущей ей популистской идеологией, где «у руля» встали ориентированные на развитие за счет внутренних ресурсов коалиции ТНК и отечественных бизнес-групп, не преуспела в деле привлечения иностранных инвестиций и так и не сумела выйти на экспорт в принципе.

Авторы подводят нас к убедительному выводу о том, что экономическое развитие не обусловлено действием некоего решающего фактора и не привязано жестко к единственно возможной траектории, — успешных путей может быть несколько. Помимо влияния сугубо экономических факторов, этот успех зависит от того, насколько той или иной стране удастся связать свои исторически сложившиеся институционализированные модели социальной организации с возможностями, которые предоставляют ей мировые рынки. Такие модели легитимируют определенных акторов и специфические отношения между ними, что в одних сферах деятельности способствует ускоренному развитию, а в других — обрекает эту деятельность на провал.

Подчиняется ли функционирование рынка универсальной институциональной логике, если речь идет об одной стране? В статье Р. Скотта (Стенфордский университет, США) убедительно показывается, что существует несколько институциональных логик, которые конкурируют между собой и могут сменять друг друга во времени в качестве господствующей парадигмы. Институцио-

ституциональному и сетевому анализу. С. 252—264. См. также: Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 5. С. 49—58. <http://ecsoc.msses.ru>.

нальная логика, по определению автора, — это совокупность материальных практик и символических конструкций, которые конституируют организационное поле рынка и постоянно достраиваются его акторами. На примере сферы здравоохранения в районе залива Сан-Франциско (США) он показывает, как на смену эпохе господства профессионалов-медиков с их непрменным акцентом на «качестве лечения» приходит эпоха вмешательства государства, пытающегося обеспечить более равный доступ к медицинским услугам, а затем наступает эпоха рыночных механизмов и контроля менеджеров, ориентированная на конкуренцию и повышение эффективности. Причем, в каждом случае происходят соответствующие изменения в системах управления и организационных формах медицинских учреждений — совершается выбор между универсализацией и специализацией, огосударствлением и развитием частного сектора, концентрацией и уменьшением размера учреждений.

В следующем разделе рассматриваются *структурные и институциональные связи между участниками рынка*, вступающими в непосредственные контрактные отношения друг с другом. Этой своеобразной «демографии межорганизационных связей» посвящена известная статья У. Бейкера (Мичиганский университет, США), Дж. Фишер и Р. Фолкнера (оба — университет Массачусетса, США) «Риски рынка: продолжение и разрыв межорганизационных рыночных связей». Почему отношения с одними фирмами на рынке имеют краткосрочный характер, а с другими делятся долгие годы? Как устанавливаются и рвутся отношения между заказчиком и клиентом, и чем обусловлены риски разрыва этих отношений? Эти проблемы анализируются на примере рынка рекламных услуг.

На основе метода анализа событий авторами изучаются факторы, лежащие в основе сохранения или разрыва организационных связей между рекламными агентствами и их клиентами. Результаты исследования показывают, что в большинстве случаев отношения рыночного обмена между ними являются эксклюзивными и сохраняются на протяжении нескольких лет. Однако существуют три движущие силы рынка — конкуренция, властные отношения и институциональное принуждение, — которые поддерживают или подрывают правила установления межорганизационных связей. Институциональное принуждение преимущественно снижает риск разрыва отношений между клиентом и агентством. С точки зрения властных отношений наиболее влиятельные рекламные агентства мобилизуют ресурсы, чтобы увеличить стабильность связей, в то время как влиятельные клиенты ведут себя по-разному, мобилизуя ресурсы с целью повысить или, наоборот, уменьшить эту стабильность. Конкуренция же оказывается на этом фоне самой слабой рыночной силой, зато она всегда воздействует однонаправленно, увеличивая риск разрыва отношений.

Социальные отношения «имеют значение» — на таком абстрактном уровне с этим утверждением мало кто возьмется спорить. Но каков характер их воздействия на хозяйственную деятельность? Являются ли социальные отношения специфическими силами трения, которые нужно преодолевать, чтобы достичь рыночного успеха, или они сами выступают как фактор повышения экономической эффективности? Этому вопросу посвящена одна из наиболее цитируемых в экономико-социологическом сообществе статей, автором которой является Б. Уци (Северо-Западный университет, США). Она интересна тем, что автор, не ограничиваясь общими рассуждениями о социальной укорененности экономического действия, пытается его операционализировать и выяснить, в какой степени укорененные связи [embedded ties] способствуют выживанию фирмы по сравнению со случайными рыночными связями [arm's-length ties]. Фактически делается попытка эмпирически протестировать значение укорененности для достижения экономического успеха.

Показательно, что в качестве эмпирического объекта автором выбирается не сфера неформальной экономики, в которой роль социальных (в том числе этнических) связей заведомо велика, а одна из «стандартных» отраслей, максимально приближенной к идеалу традиционной экономической теории, — американская швейная промышленность с низкими барьерами входа на рынок и множеством сходных предприятий. Данные о характере связей между фирмами были получены автором от отраслевого профсоюза и дополнены серией качественных интервью.

Наиболее интересен итоговый вывод исследования, сделанный на основе анализа количественных данных: с ростом доли укорененных связей среди контрагентов фирмы вероятность ее выживания возрастает, но когда эта доля достигает определенного порога, эта вероятность вновь начинает падать. Выявленная параболическая зависимость свидетельствует о том, что упор исключительно на случайные рыночные или, наоборот, на укоренные связи снижает способность к выживанию, оптимальным же выбором является их разумная комбинация.

Статья Б. Уци преподает вдумчивому исследователю по меньшей мере два важных урока. Первый: не нужно бояться тестировать фундаментальные положения своей дисциплины (в данном случае речь идет о концепции укорененности — этой «священной корове» экономической социологии). И второй: социальные отношения действительно имеют значение, но их позитивное влияние далеко не абсолютно и зависит от констелляции с другими (в том числе существенно экономическими) факторами. Это помогает нам преодолеть абстрактный подход к самим социальным отношениям.

Далее в нашем сборнике следуют две статьи, посвященные *интерсубъективным связям между участниками рынка*. Читая первую из них, мы попада-

ем на заседания Комитета Федеральной Резервной системы (ФРС) США, на котором принимаются ключевые решения в отношении денежной политики, Много лет назад один из классиков британской социологии Д. Локвуд в беседе со мной посетовал: чтобы понять, как принимаются решения властной элитой, социолог должен в нужное время оказаться под столом в комнате, где проходят закрытые заседания представителей истеблишмента. Автор статьи, известный экономсоциолог и этнограф М. Аболафия (университет Олбани, США)¹¹, конечно, не сидел под столом в зале заседаний данного Комитета. Вместо этого он получил и проанализировал тексты стенограмм его заседаний за десятилетний период. А затем выбрал несколько из них, чтобы проиллюстрировать свои теоретические идеи.

Выявилось любопытное обстоятельство: процесс выработки денежной политики группой официально уполномоченных лиц выглядит в значительной степени спонтанным и не опирается ни на какие четкие модели, известные специалистам по монетарной экономике. Однако разочарования по этому поводу были бы преждевременными. Речь идет о сложном интерпретативном процессе, где на основе изменчивой констелляции соображений и интересов вырабатывается понимание денежной политики и то, как она будет представлена за стенами Комитета. Статья М. Аболафии «Как вырабатывается понимание экономического спада» демонстрирует, что разработка денежной политики крайне далека от механического процесса агрегирования индивидуальных предпочтений лиц, призванных принимать ответственные решения. Речь идет о сложном процессе согласования множественных соображений и интересов, участники которого изначально ориентированы на достижение консенсуса и легитимацию своих действий в глазах специалистов и широкой общественности.

Статья К. Кнорр-Цетины (университет Билефельда, Германия) «Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках», написанная ею в соавторстве с У. Брюггером, — единственная перепечатка в данном издании¹² (все остальные переводы в бумажном формате публикуются впервые). Такое исключение сделано ввиду особого характера этой статьи, без которой представленная нами небольшая «коллекция»

¹¹ Ранее мы публиковали перевод другой работы М. Аболафии (см.: *Аболафия М.* Рынки как культуры: этнографический подход // *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики...* С. 431—444, или: *Экономическая социология.* 2003. Т. 4. № 2. С. 63—72. <http://ecsoc.msses.ru>).

¹² См.: *Кнорр-Цетина К., Брюггер У.* Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики.* С. 435—468, или: *Экономическая социология.* 2005. Т. 6. № 2. С. 29—49. <http://www.ecsoc.msses.ru>. См. также: *Социология вещей /* Под ред. В.С. Вахштайна. М.: Изд. дом «Территория будущего», 2006. С. 307—341.

современной экономосоциологической классики казалась бы неполной. Предложенный авторами анализ глобальных валютных рынков также являет собой успешное сочетание теоретических изысканий в русле объекто-центричного подхода, выросшего из социологии науки и техники, с элементами феноменологии и символического интеракционизма. В основе статьи лежит предположение о все большей распространенности и значимости объектных миров, которые ведут к трансформации моделей связей между людьми и обозначаются понятием постсоциальных форм. Объектами таких отношений выступают неживые предметы (вещи). Они вторгаются в отношения между людьми и во многом формируют эти отношения, позволяя, в частности, взаимодействовать без телесного соприсутствия (как это происходило, например, на заседаниях Комитета ФРС, описанных в предыдущей статье М. Аболафией).

Рынок в данной концепции характеризуется как одна из таких постсоциальных форм, предстающая на мониторах международных валютных трейдеров, соединенных между собой электронными технологиями. Он становится постоянно разворачивающейся структурой, которой соответствуют хронически не удовлетворенные желания его участников. Осуществляя связь между материальными объектами и живыми людьми, рынок сам превращается в подобие живого (высшего) существа, который втягивает в себя своих участников и при этом остается «анонимным», никогда не открываясь им полностью.

Существуют весьма распространенные нормативные клише, касающиеся *роли государства в формировании рынков*. Одни считают, что государство должно уйти из экономики и вмешиваться в нее только в самых крайних случаях, другие, напротив, уверены в благотворной роли государственного регулирования хозяйственной деятельности. Н. Флигстин (университет Калифорнии, Беркли, США)¹³ в статье «Государство, рынки и экономический рост» демонстрирует те конкретные способы, с помощью которых государство напрямую вовлекается в организацию хозяйства и активно участвует в формировании рыночных институтов, даже в тех случаях, когда кажется, что рынок прекрасно справляется безо всякого его вмешательства.

Основная мысль статьи заключается в том, что экономический рост и формирование новых рынков обеспечиваются не только усилиями предпринимателей и действием конкуренции. В достижении успеха им помогает множест-

¹³ Это не первая работа Н. Флигстина, переведенная нами на русский язык. См.: *Флигстин Н.* Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений // *Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу*. С. 119–156, или: *Экономическая социология*. 2001. Т. 2. № 4. С. 28–55. <http://ecsoc.msses.ru>; *Он же.* Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам // *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. С. 185–210, или: *Экономическая социология*. 2003. Т. 4. № 1. С. 45–63. <http://ecsoc.msses.ru>.

во государственных и частных институтов. Свободное предпринимательство и конкуренция просто не могут существовать в отсутствие государства и поддерживающих их устойчивых социальных структур. Таким образом, стратегические действия фирм формируются под влиянием двух основных сил: действий конкурентов и действий государства, которое определяет правила конкуренции. При этом и руководители фирм, и государство стремятся к установлению стабильных отношений между крупнейшими конкурентами.

Общие положения иллюстрируются автором с помощью фактического материала — двух примеров из американского опыта. Первый — возникшая на исходе прошлого столетия новая концепция деятельности фирмы, действующей в интересах акционеров и преследующей цели максимизации стоимости акций, которая пришла на смену ранее распространенной финансовой концепции фирмы с ее упором на максимизацию прибыли. Второй пример — расцвет Силиконовой долины. Флигстин показывает, какую роль в этой общеизвестной истории «взлета свободного предпринимательства» сыграло государство (в частности, Министерство обороны США).

Тему влияния государства на развитие хозяйства продолжает статья П. Эванса (университет Калифорнии, Беркли, США) и Дж.Э. Рауха (университет Калифорнии, Сан Диего, США) «Бюрократия и экономический рост: межстрановой анализ воздействия “веберианизации” государственного аппарата на экономический рост». То, в какой степени организация органов государственной власти влияет на темпы экономического роста — одна из популярных тем, например, для экономистов Всемирного банка. Социологи пробуют внести в эти исследования свой посильный вклад. На основе оригинальных данных авторы проанализировали отдельные свойства ведущих государственных хозяйственных структур в 35 развивающихся странах за два десятилетия и сопоставили их с темпами роста ВВП в этих странах. Для этого ими используется особая «шкала веберианизации» [Weberianness scale], с помощью которой измеряется степень, в которой в бюрократических организациях обеспечиваются меритократический наем сотрудников (в соответствии с их специальной квалификацией и на конкурсных началах) и предсказуемый, долгосрочный и вознаграждаемый карьерный рост. Установлено, что наличие этих признаков классической веберовской модели бюрократического устройства значимо повышает шансы экономического роста, даже при контроле начального уровня ВВП на душу населения и объема человеческого капитала.

Завершающий раздел сборника посвящен проблематике *взаимодействия культуры и рынка*. Здесь мы находим статью «Забирая рынок у экономистов» Д. Слейтера (Лондонская школа экономики и политических наук, Великобритания), которая репрезентирует обширный слой литературы, рожденный культурологическими подходами к социологии потребления. Автор предла-

гает выйти за рамки разделяемого большинством экономосоциологов общего предположения о социальной укорененности экономического действия. По его убеждению, экономические и социальные категории не просто не противостоят друг другу, но фактически сливаются в социальных практиках рыночных взаимодействий. Анализируя кейсы из сферы рекламной индустрии, Слейтер показывает, что реальные границы рынка в существенной степени определяются стратегическим позиционированием продукта. Иными словами, конкуренция происходит не внутри фиксированных границ рынка, она разворачивается по поводу определения самих этих границ. Это означает, что нельзя определить рынок и своих конкурентов иначе, как через производство социального знания.

Как формируется позиция участника рынка по отношению к другим участникам? Чтобы получить ответ на этот вопрос, П. Асперс (Институт Макса Планка, Германия) рассматривает шведский рынок фотографии моды. Его исследование нацелено на понимание и объяснение того, как действуют так называемые рынки эстетических продуктов. С одной стороны, рынок фотографии моды анализируется автором в логике теории производственных рынков Х. Уайта¹⁴. С другой стороны, этот рынок представлен как механизм распределения статусных идентичностей, в которых пересекаются эстетические и социальные начала.

В статье показано, как сочетаются личные стили фотографов и коллективные тренды, как выстраиваются статусы участников рынка в процессе взаимодействия фотографов и журналов моды. Важное наблюдение автора заключается в том, что формирование определенного статусного порядка предшествует установлению цен за услуги и зачастую отделено от него в организационном поле рынка. Это происходит, в частности, в силу того, что ведущие журналы моды, имеющие наивысший статус, платят фотографу не больше, а меньше низкостатусных изданий. Вследствие этого производитель услуг (эстетических ценностей) постоянно находится перед стратегическим выбором — работать на текущий заработок или на повышение своего статуса, который впоследствии может принести (или не принести) дополнительные заработки.

* * *

Завершая краткий обзор вошедших в книгу текстов, можно сказать, что несмотря на их столь очевидное разнообразие вся она пронизана одной идеей — *фундаментальной множественности*, которая сопровождает фактически любое

¹⁴ См., например: Уайт Х. Рынки и фирмы: размышления о перспективах экономической социологии // Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и ред. В.В. Радаев. С. 96—118.

экономико-социологическое исследование рынка. Эта множественность имеет два измерения. С одной стороны, вместо единой и универсальной логики организации рынка мы постоянно сталкиваемся с сосуществованием нескольких конкурирующих институциональных и структурных логик, каждая из которых (с большим или меньшим успехом) стремится к доминированию. И дело не в том (точнее, не только в том), что «рынки разные», — конкурирующие логики сопровождают и развитие отдельного рынка. С другой стороны, одна и та же логика рыночной организации может анализироваться с помощью весьма разнообразных подходов, каждый из которых имеет свой ракурс — акцент на тот или иной элемент социальных отношений. Этот избранный нами элемент, будь то социальные сети или неформальные институты, властные отношения или культурные коды, становится особой призмой, через которую мы смотрим на то, как работает интересующий нас рынок.

* * *

Мы благодарим всех участников проекта — переводчиков, редакторов и издателей, чьи имена представлены на титульных листах данной книги.

Осталось добавить, что издание книги финансировалось из средств Инновационной образовательной программы Государственного университета — Высшей школы экономики «Формирование системы аналитических компетенций для инноваций в бизнесе и государственном управлении» (2006—2007 гг.).

* * *

Некоторые тексты первоначально публиковались в журнале «Экономическая социология» и доступны по адресу: <http://ecsoc.msses.ru>. Ниже приводятся их выходные данные.

Аболафия М. Как вырабатывается понимание экономического спада: интерпретативная теория хозяйственного действия // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 5. С. 55—73.

Уци Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 3. С. 44—60; Т. 8. № 4. С. 43—59.

Флигстин Н. Государство, рынки и экономической рост // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 2. С. 41—60.

Скотт Р. Конкурирующие логики в здравоохранении: профессиональная, государственная и менеджеральная // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 1. С. 27—44.

Асперс П. Рынок моды: фотография моды в Швеции // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 5. С. 39—55.

Бейкер У., Фолкнер Р., Фишер Дж. Риски рынка: продолжение и разрыв межорганизационных рыночных связей // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 3. С. 27—52; № 4. С. 43—64.

Биггарт Н., Гиллен М. Выявление различий: социальная организация и формирование автомобильных производств в Южной Корее, Тайване, Испании и Аргентине // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 2. С. 23—55.

Эванс П., Раух Дж. Э. Бюрократия и экономический рост: межстрановой анализ воздействия «веберианизации» государственного аппарата на экономический рост // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 1. С. 38—60.

Кнорр-Цетина К., Брюггер У. Рынок как объект привязанности: Исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 2. С. 29—49.