

СОЦИОЛОГИЯ ПРОФЕССИЙ

Е.А. Васильева

ФОНДОВЫЙ РЫНОК КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СУБКУЛЬТУРА

В работе рассматривается фондовый рынок как профессиональная субкультура, характерные для этого поля деятельности представления и практики. Материал построен на обобщении личного опыта работы в качестве аналитика и длительных контактов с представителями фондового сообщества, преимущественно российского происхождения.

Ключевые слова: *субкультура, репрезентация, практика, коллективные представления, коммуникация, самоидентификация, легитимация.*

Key words: *subculture, representation, practice, collective representations, communication, self-identification, legitimation.*

Фондовый рынок как поле профессиональной деятельности и самостоятельный институт существует в России с 1992 г., с момента приватизации и принятия ряда законов, регулирующих его работу. Тогда же начала формироваться и профессиональная субкультура — комплекс традиций, стереотипов, специфического образа жизни, форм повседневного дискурса и символики участников рынка.

В то же время исследований, посвященных анализу нового сообщества с точки зрения социальных наук, в России фактически не проводилось. Между тем, изучение механизмов легитимации и включения, принципов функционирования, стратегий презентации и практик участников рынка актуально для понимания того, как социальные изменения в обществе находят свое отражение в укореняющихся смысловых системах норм, правил и когнитивных моделях.

Институты (понимаемые как устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, принципов, норм и установок, регулирующих различные сферы деятельности и организующих их в систему ролей и статусов) основываются на использовании норм, которые, в свою очередь, функционируют

благодаря знаково-коммуникативным системам. Чтобы нормы, знаковые модели стали образцами и ценностями для человека и/или группы, им необходимо пройти процесс культурного усвоения — легитимацию.

Если в результате социальных изменений становится возможным появление нового поля деятельности (например, по мере роста разделения труда и обособления групп), одновременно происходит и формирование особых символов, призванных поддерживать солидарность между членами новых общностей. Идентичность конструируется в ходе селекции дискурсов и практик, мотивирующих индивидуальные и/или коллективные выборы.

Фондовый рынок стал местом, где отчетливо видно столкновение различных идеологий, поскольку он имеет дело в большей степени с символической стороной экономики — производством денег из самих себя — нежели с обменом реальными (в смысле имеющими вещественную природу) товарами. Соответственно, субкультура фондового рынка во многом обуславливается культурой того общества, в рамках которого он существует. Наиболее очевидными на сегодня являются три идеальных (в веберовском смысле) типа подобных культур.

В США умение «делать деньги» — элемент гражданской религии, который связывается со свободой и обеспечением прав человека; для англосаксонской традиции (она же — протестантский капитализм М. Вебера) вообще остается характерным экономический индивидуализм и полагание на собственные силы, что косвенно способствует усложнению структуры рынка, обращающихся на нем активов (акций, долговых обязательств, производных инструментов и др.) и круга допустимых операций. Спекуляция рассматривается как сама собой разумеющаяся практика, не важно, куда и как надолго инвестировать, важнее конечный финансовый итог.

Другая картина сложилась в исламских странах: в результате запрета религией взимать процент здесь долговой рынок либо полностью отсутствует (Иран, Пакистан, Бахрейн), либо же имеет мизерные объемы (Оман); инвесторами, чаще всего, выступают крупные фамильные/родовые кланы, поскольку действует иная, обычно называемая восточной или традиционной, система социальной организации общества. Показательно, что исламские банки практически не затронуты нынешним финансовым кризисом: они не работали с долгами, следовательно, не пострадали от невозможности клиентов вернуть их.

Еще один, третий, тип рынка — Япония, где в культуре крайне выражены иерархичность, подчиненность коллективу и стремление к ограничениям. В итоге — низкая толерантность к риску, приоритет не индивидуальной выгоде, а коллективным интересам (место работы как семья, перед которой несут ответственность и которой обязаны), низкая профессиональная мобильность, предпочтение долгосрочным вложениям.

В России фондовый рынок заново появился как сфера профессиональной деятельности по историческим меркам недавно, поэтому говорить о нем как

о сложившемся институте проблематично. Отметим, что в российской традиции исторически превалировало значение символического капитала — приближенности к власти, распоряжавшейся распределением ресурсов, и отношения личного характера. Деятельность бирж уподоблялась казино, образ связанного с финансами человека имел негативные отсылки к мошенничеству, «паразитированию», использованию труда других в собственных интересах и т.д. Сыграло свою роль и православие с его осуждением «стяжательства и корысти». В целом, богатство считалось, скорее, грехом, и использовать его следовало на благо всему обществу (отдать часть церкви, на благотворительность, быть меценатом и т.п.; из советского времени достаточно вспомнить практику «дарить» государству полученные из других источников премии, награды, выигрыши и пр.).

Когда с распадом СССР начала происходить трансформация культурных матриц, в обществе возникли своеобразные «болевые точки». Согласно Арнольду Ван Геннепу (Ван Геннеп 1999), всякое изменение, необходимое для перехода из одного состояния в другое, качественно отличное, требует регламентации и соблюдения ритуала. Во время лиминарного этапа перехода (термина, обозначающего у Ван Геннепа состояние неопределенности в процессе изменения) происходит выход индивида или группы из границ прежнего мира, который завершается вхождением в новое состояние и новым статусом.

В этом отношении репрезентация фондового сообщества может быть рассмотрена в контексте происходящих преобразований в российском обществе, когда резкое изменение социально-экономических условий привело к изменению привычного образа реальности, вхождению его в лиминарный период.

Российский фондовый рынок, с данных позиций, — субкультура, связанная с разрывом прежних социальных представлений. В условиях трансформаций происходит разрушение смыслового строения социальной реальности (схем классификации, восприятия, паттернов поведения и практик индивидов и социальных групп) и дезинтеграция структуры и институтов общества. Соответственно, вокруг старых и новых коллективных представлений, понимаемых как совокупность обыденного и специализированного знания, возникает символическая борьба различных групп, направленная на рационализацию новой картины мира и отвечающих этому образу практик.

Некоторые практики получили законодательное закрепление, другие существуют в виде полуофициальных этических норм, нарушение которых влечет за собой различные санкции, вплоть до исключения из сообщества.

Например, закон обязывает брокера (**брокер — профессиональный участник рынка ценных бумаг, действующий от имени и за счет клиента и выполняющий функции посредника*) исполнять поручения своих клиентов в первоочередном порядке по сравнению с собственными сделками: суть в том, что брокер имеет в таком случае информационное преимущество перед не зна-

ющими о планируемой сделке участниками рынка и тем самым может извлечь «несправедливую» выгоду. Другой официальный запрет — нельзя «взбивать рынок», т.е. совершать фиктивные многочисленные сделки с одной и той же ценной бумагой, чтобы сдвинуть ее цену в нужном себе направлении путем имитации изменений спроса/предложения и одновременно заработать «лишние» комиссионные на совершении этих сделок.

Из неофициальных норм можно назвать практику запрашивать дополнительное подтверждение условий сделки, если они существенно отличаются от текущих рыночных. Что считать «существенным» отклонением, отдается на откуп участникам, также возможны случаи, когда отменяется уже совершенная сделка, если она признана следствием технической ошибки, опечатки при вводе данных и т.п.

Если участник рынка не следует этическим нормам, то круг контрагентов, с которыми он может работать, и возможных ресурсов для него быстро сужается, и, в конечном счете, он может вылететь с рынка, поскольку одним из ключевых параметров — как ни парадоксально это может показаться — остается доверие участников друг к другу. Признается ценность оппортунистического настроения и жесткой конкуренции, но недопустимым считается сознательный обман: никто не хочет иметь дело с игрой без правил.

К примеру, периодически происходят неформальные встречи управляющих активами, в ходе которых высказываются и обосновываются текущие рыночные предпочтения участников, «видение» рынков. Подразумевается, что советы/рекомендации не должны зависеть от позиции говорящего (т.е. от того, что он сам собирается сделать либо уже делает в этой связи). После одной из подобных встреч выяснилось, что рекомендовавшаяся одним из управляющих к покупке бумага им самим активно продается, поскольку ему известно о начавшемся конфликте акционеров внутри этой компании; в результате другие люди понесли убытки. Ситуация получила огласку путем личных звонков и последующих встреч: плотность социальных связей крайне велика, уже через несколько лет после вхождения на рынок большинство профессионалов знакомы друг с другом — если не напрямую, то через одного-двух общих контрагентов, и общепринятой является практика оповещений о некорректных действиях. Управляющий вынужден был уволиться, новое место ему удалось найти спустя примерно полгода, на существенно худших условиях.

Риск — неотъемлемая характеристика фондового рынка, но всякий риск должен быть предварительно взвешен и оценен, т.н. аппетит инвесторов к риску зависит от коллективной оценки ситуации. Для формирования этой коллективной оценки и для периодически происходящих пересмотров правил игры необходимым является экспертное сообщество, придающее легитимность тому или иному видению.

Легитимация происходит на разных уровнях, помогая культурному усвоению новых норм и принуждая к их добровольному соблюдению.

На государственном уровне регулирование фондового рынка осуществляют несколько структур, прежде всего, ФСФР (Федеральная служба по финансовым рынкам) и ЦБ РФ (Центральный Банк). Фондовый рынок устроен в РФ как совокупность государственных и добровольных организаций, поэтому к практически официальным структурам (имеющим реальную власть) можно отнести правления бирж РТС и ММВБ, а также некоторые профессиональные организации (НАУФОР, НЛУ и др.). Указанные структуры задают главные правила игры, ее поле. Интересно, что большинство важных действий сопровождается комментариями/разъяснениями, тем самым власть репрезентирует себя как систему, создающую возможности для коммуникации. С одной стороны, для участников рынка «отклонить» послание власти проблематично, а с другой — власть перестает быть примитивной системой репрессивных практик: ее задача, скорее, в том, чтобы участники добровольно принимали коммуникацию и чтобы была иллюзия выбора. Например, в ноябре 2008 г., желая ограничить валютные позиции банков, ЦБ РФ разослал письма и стал проводить встречи с банкирами, из которых было очевидно: кто не последует рекомендациям, будет немедленно лишен финансирования, требовавшегося в тот момент большинству банков для выживания.

Частое использование насилия делегитимирует власть, рушит доверие к ней. Показательным с этой точки зрения было негативное восприятие вмешательства властей в работу биржи осенью 2008 г. Чтобы сдержать стремительное падение рынка, торги неоднократно закрывали (причем уровень падения, после которого закрытие обязательно, пересматривался несколько раз), открывая их без предупреждения вновь в случае ожидания возобновления роста; запрещены были «короткие» продажи (**тип сделки, когда продают взятые займы бумаги, чтобы потом купить их обратно по более низкой цене; используется, если прогнозируется снижение цен*). Для участников рынка это значило, что власть не справляется с изменением ситуации и доверять ей нельзя.

В других, более спокойных ситуациях участники рынка часто пытаются «проверить на прочность» власть, оценить ее готовность сменить курс. Так, практикуется давление на котировки в противоположном поддерживаемому властью направлении: если, например, ЦБ РФ заявляет о готовности укреплять рубль, то ему, вероятно, придется столкнуться с избыточным предложением рубля, поскольку участники знают — ЦБ РФ вынужден покупать его по растущему курсу. На жаргоне участников рынка это называется «дергать папу за вымя»: в духе психоанализа можно было бы заметить, что сыновья стремятся убить отца для обретения его полубожественного статуса, а в русле семиотических теорий и теории Н. Лумана (Луман 2000) — что очередная бинарная оппозиция содействует изменению события через изменение кода коммуникации.

Помимо управляющих, брокеров, дилеров и представителей различного рода органов надзора, контроля и регулирования, к числу экспертов фондо-

вого рынка относятся аналитики. Они формируют т.н. рыночный консенсус по поводу различных событий, дают объяснение уже случившемуся и прогнозируют изменения, оценивают перспективы рынков и отдельных активов, а также называют «справедливую» цену того или иного актива или компании. Аналитические подразделения — объекты фольклора, шуток и постоянной критики, что заслуживает отдельного изучения. Главным образом, аналитиков упрекают в неверных прогнозах и неспособности дать однозначный ответ. На российском рынке проблема компетентности аналитиков усиливается в связи с нехваткой специалистов соответствующего профиля: вузы не дают необходимой подготовки, рынок труда узок, и до последнего времени заполучить хорошего аналитика было весьма сложно.

В отличие от трейдеров и управляющих, аналитик не должен торговать на рынке, чтобы оставаться непредвзятым в оценках. Данное правило на российском рынке хотя и постулируется (перенесено из США), но не соблюдается: у нас вообще постоянно сталкиваешься с совмещением сразу нескольких ролей, по сути, это указывает на отсутствие единой культуры и размытой идентичности, вокруг формирования которых происходит борьба.

В свое время П. Бурдые писал о поле науки (Бурдые 2001б), что оно имеет две стороны, однако такую же логику можно заметить и на фондовом рынке. С одной стороны, рынок предстает как социальный мир, включающий в себя концентрацию власти и капитала, понятие монополии, отношения силы, эгоистические интересы, конфликты и др. С другой, это такой мир, где принуждения разума различным образом закреплены в самом способе существования структур и диспозиций.

Американский культуролог Митчелл Аболафия заметил, что рынки как культуры представляют собой места повторяющихся взаимодействий, предполагающих свои собственные, особенные совокупности взаимных пониманий, которые одновременно стимулируют и ограничивают действия (Аболафия 2003). Такие понимания рождаются из взаимодействия и затем институционализируются.

Посредством правил и ролей участники выстраивают рынок, тем самым отражая конкуренцию между различными группами влияния. Изменения в соотношении сил на рынке определяют, кто может формулировать и переформулировать правила и ролевые отношения, а также показывают влияние политических, экономических и регуляторных сил на конкурентов. Таким образом, действия участников оказываются воплощением различных рыночных культур, зависящих от внутренних и внешних взаимодействий.

В частности, претендуя на влияние как эксперта, аналитик стремится нарастить свой символический капитал, в качестве чего может предьявляться прохождение специализированных экзаменов. «Вес» получаемых сертификатов тоже различен: сдаваемый раз в год американский CFA (на подготовку одного уровня уходит в среднем от года до трех лет) ценится во всех смыс-

лах больше российских аттестатов ФСФР; диплом МВА — в зависимости от места его получения (за границей или в России, в каких именно учреждениях и в какой форме) и т.д. Чем больше курсов, дипломов и т.д. получено, чем в более престижном месте работает аналитик (т.н. «имена»), или ведущие инвестиционные компании и банки), тем выше его рейтинг и влияние. Вознаграждение за звание имеет тенденцию автономизироваться от вознаграждения за труд (Бурдые 2001б). Так, за один и тот же труд можно получить разное вознаграждение в зависимости от того, кто его выполнил. Как полагал Бурдые, звание само по себе (как и язык) — институция более прочная, чем внутренние характеристики труда.

Чем выше статус, тем менее участник, как правило, стремится общаться с не обладающими аналогичными ресурсами. Если это аналитик, то он будет готов давать комментарий или публиковаться только в определенных СМИ, откажется от участия в «не престижной» конференции. Успешный трейдер не пойдет в малоизвестную компанию даже при увеличении ему оклада, а управляющий из числа «топов» не будет говорить с «мелким» клиентом. Достойны общения только те, кто имеет сходные ресурсы и не склонен искать участия, а, кроме того, кто не будет «засорять» информационным мусором.

Рынок движим коллективными представлениями, ожиданиями ожиданий нескольких порядков, в каждый момент времени на нем идет борьба за навязывание собственной картины мира. У каждого участника/группы участников есть общие представления о рыночной культуре и ситуации на рынке, но есть и различия, способствующие определению собственного места в этой культуре и практики действий.

Отношение к деньгам как показателям статуса и мастерства относится к числу представлений, разделяемых большинством участников. Чем больше получает и зарабатывает участник, тем выше автоматически становится его статус. Если показатели его работы снижаются, это дает повод для слухов, что «он потерял хватку», «лишился уверенности в себе», «имел случайный успех», «не способен на большее» и т.п. Отсюда же внимание к потреблению в его символическом аспекте: для признания «своим» и «профессионалом» желательно обладать определенными вещами (часы, одежда, автомобили конкретных марок и пр.), определенным образом отдыхать и т.д. Только новичок либо крайне уверенный в себе человек скажет, что планирует провести часть отпуска на родительской даче или что его дети посещают обычную школу.

Расчет на собственные силы и умение «делать себя самому» — принцип, который тоже в теории поддерживается большинством. На деле это не всегда так (по-прежнему велика роль «наследования» сферы деятельности и родственной поддержки), однако выставляется именно в таком свете, являясь поводом для специфической гордости и дистанцирования от других как от более слабых соперников. Как охарактеризовал аналитик крупной инвести-

ционной компании одного из своих коллег, «он сделал себя сам, а потом начал поклоняться своему создателю». С другой стороны, точно так же основаниями гордости и дистанцирования становятся связи, знакомства с «нужными» людьми, рассматриваемые как альтернативный способ сделать карьеру на фондовом рынке. Ценности индивидуализма и принадлежности к значимой общности соперничают друг с другом, а их гибридизация — отражение борьбы различных типов культур.

Не принято ставить на первое место семейную, личную жизнь. Вообще, все отношения подчинены рабочему ритму; «отвлекаться» от «дел» можно в исключительных случаях и на короткий период. Когда у одного из банковских управляющих родился ребенок, он появился на работе на следующий день. На шутовое замечание партнера, не следует ли больше времени уделять младенцу и жене, последовал ответ в том духе, что дети требуют денег, и их появление — мощный стимул окончательно сосредоточиться на бизнесе.

Культура фондового рынка — мужская культура. Хотя в последние годы отмечался рост присутствия женщин, в основном это касалось аналитических позиций нижнего уровня или клиентских отношений, причем, чем крупнее инвестиционная компания/банк, тем жестче отбор. Среди дилеров и трейдеров женщин, по разным оценкам, от 5% до 10%, среди управляющих, директоров, стратегов их практически нет. Подчеркнем, что если аналитика и выглядит более открытой, это не совсем так: здесь просто была самая сильная потребность в специалистах, которых неоткуда было набирать; к тому же нередки случаи, когда о «солидности» компании судят по количеству женщин в ее аналитическом отделе, если соотношение выше 30%, то, скорее всего, такая компания имеет ярлык несолидной. Подразумевается, что женщины слишком эмоциональны, хуже справляются со стрессами и перегрузками на работе, обременены детьми и семейными делами, склонны чаще менять мнение и т.д., соответственно, им нет места на рынке.

Эмоциональный контроль, наряду с готовностью принимать риски, помогает участникам адаптироваться к рыночной неопределенности и увеличить шансы на сохранение/улучшение своих позиций.

Для оценки, прогнозирования событий и принятия решений могут быть применены различные практики. В этнометодологии принято выделять три аспекта в понимании «практики». Во-первых, это фоновое (неэксплицитное) знание; то, что Дж. Серль (Серль 1987) описывал как совокупность принятых в культуре способов деятельности, навыков обращения с различными предметами и т.д. Во-вторых, это конкретная деятельность, соединяющая слова и действия («языковая игра»). Наконец, в-третьих, это искусство решения практических задач в ситуациях неопределенности. Все эти аспекты можно наблюдать на фондовом рынке.

Так, при принятии решения необходимо найти ему обоснование, в качестве которого, например, может быть отсылка на какую-либо теоретическую

школу. Наиболее общим делением считается приверженность к т.н. «фундаментальному» или же к «техническому» анализу. Первый основывается на изучении количественных и качественных показателей и призван помочь определить «недооцененные» активы, второй — на графическом представлении динамики торгов, содержащем, как принято считать, предсказание и будущее направление движения цен. Поскольку все участники знают, что другие игроки будут принимать решение с использованием методов одной либо другой школы, то и свое собственное поведение они будут строить с учетом этого обстоятельства, даже если сами не убеждены в верности выводов. Здесь мы наблюдаем классический случай самоисполняющегося пророчества, а также коллективного давления. Присоединение к консенсусу требуется для выживания и потому сосуществует с культивируемыми ценностями индивидуализма и верой в собственные силы. «Надо быть полным дураком, чтобы идти против рынка, даже если рынок, с моей точки зрения, глубоко не прав», «Если движение рынка не совпадает с моей позицией, я меняю позицию: вероятно, я чего-то не знаю, тогда как рынок всегда прав», — комментируют участники.

Групповое давление осуществляется различными способами; более важным считается степень совпадения восприятий, а не корректность интерпретации (вопрос о корректности фактически не поднимается). Например, высказывающимся /действующим против консенсуса приписываются негативные ярлыки «неудачник», «ограниченный теоретик», «паникер», «спятивший», «проплаченный», «устаревших взглядов» и т.п.

С другой стороны, сами участники тоже оставляют себе пути для отступления и изменения взглядов. Особенно это видно в среде аналитиков, продукция которых в наибольшей степени публична и доступна для обсуждения (обзоры, комментарии, выступления и т.д.). Для аналитиков это необходимо и потому, что на их работу нередко одновременно дают руководство и политика компании, в более ли менее явной форме подталкивая к производству «нужного» вывода. Без стратегий оправдания поддерживать статус «безошибочности» было бы проблематично. Если, в частности, аналитик ссылается в своих расчетах на теорию Фибоначчи (*описание и предсказание движений цен на основе особых, «волновых» циклов*), то несовпадения/ошибки будут списаны на «неверный выбор точки отсчета, когда началась очередная волна», т.е. дело не в неверной теории, а в необходимости «уточнить и дополнить» расчеты, следовательно, нет основания не доверять аналитику как специалисту. Альтернативная, часто встречающаяся стратегия превентивного оправдания — формулирование неких «предпосылок» прогноза либо оговорок типа «при прочих равных условиях», «если не появятся новые обстоятельства», «пока нам не станет известна дополнительная информация» и т.д. Разумеется, что новые обстоятельства и дополнительная информация впоследствии всегда возникают, тем самым позволяя сохранить лицо и — кроме того — лишний раз напомнить о важности мнения отдельных участников.

Отдельный вопрос — что будет считаться обстоятельством, делающим изменение легитимным. Внутренняя властная динамика и адаптация к изменениям во внешней среде в данном контексте приводят к тому, что существующая рыночная культура отражает попытки участников рынка формировать и контролировать свою среду, даже если последняя в свою очередь точно так же формирует и контролирует их.

Власть представляет собой отношение двух структурных элементов — силы и авторитета (добровольного признания превосходства другого и добровольное подчинение ему); при этом на рынке главенствует именно символическое принуждение, а не физическая сила, так как дистанцированность отношений и увеличивающаяся индивидуализация создают вероятность не подчинения власти, и власть вынуждена создавать определенную систему коммуникаций как систему возможностей.

Как происходит легитимация правил? Насколько субъект видит их в перспективе? Можно было бы предположить следующий ответ: как субъект «читает» правила, так он их и конструирует, но эти ограничения формируются в результате взаимодействия субъектов друг с другом, соответственно, «побеждает» во взаимодействии тот из субъектов, кто имеет больше знания/ресурсов.

Неявным образом потенциал изменений отношений через изменение кода коммуникации воплощается в приписывании противоположной стороне «ограниченности» в коммуникативных возможностях, что отчасти совпадает с теоретическими воззрениями М. Фуко и Н. Лумана (Фуко 2004, 1994; Луман 2007).

Согласно Фуко, позиция одного всегда определяется позицией другого. Знание — «то пространство, где субъект может занять позицию, чтобы говорить об объектах, с которыми он имеет дело в своем дискурсе». Кроме того, знание в определенном смысле понимается как ресурс: «это также поле координации и субординации высказываний, в котором понятия появляются, определяются, применяются и преобразуются (...); это не сумма того, что было сказано; это совокупность таких способов, методов и местоположений, в соответствии с которыми любое новое высказывание можно интегрировать в уже-сказанное» (Фуко 2004: 334–335).

Для Н. Лумана коммуникация является первичной по отношению к обществу: люди находятся во внешней среде общества, поэтому главной оказывается структура коммуникаций, а сами индивиды дифференцируются в обществе главным образом по тем структурам коммуникации, к которым они принадлежат.

Отсюда понятно, что любое социальное изменение всегда в той или иной форме будет сопровождаться борьбой внутри коммуникации. Так, стандартными объектами насмешек являются все группы профессионалов — трейдеры, аналитики, управляющие — и школы, к которым они себя относят. Сама профессиональная деятельность на неформальном уровне конструируется

как подобие коммуникативной, причем как осуществляемая в крайне затрудненных условиях. Во-первых, профессионал постоянно должен производить отсеивание информации, вычленив из «шума», «пустой болтовни» и «ложных сигналов» достаточные для принятия решений данные, такого рода умение необходимо для самоидентификации участника как профессионала, мастера своего дела. Во-вторых, противоположная сторона (будь то образ рынка в целом, институтов власти или иных участников) часто представляется как обезличенное множество, «мешающее» работе, на которое необходимо найти средства влияния. В этом аспекте одна сторона репрезентирует себя как обладателя знания и потому притязает на власть.

Достижимые компромиссы относительно представлений (рыночного консенсуса, например) в определенной мере задают границы между теми участниками, которые принимают их, и теми, кто находится за пределами сферы их действия, что связано с процессом социального закрытия (термин М. Вебера) — дистанцированием и исключением чужих.

В профессиональной субкультуре таким критерием допуска/закрытия становятся не только формальные образовательные ресурсы (дипломы, сертификаты, общий стаж и пр.), но и умение участника репрезентировать себя как обладающего неким «чутьем», «видением», «умением чувствовать рынок». Понятие «чутья» занимает важное место в дискурсе профессионалов, поскольку с его помощью решается вопрос о том, как можно снизить рыночную неопределенность и риски и тем самым максимизировать шансы на собственное выживание и получение выгоды.

По мере того как достигается согласование, идентификация именем помещает объект в комплексную систему взаимосвязанных слов. Называние воздействует на объект и имеет три последствия: во-первых, получив название, объект может быть описан и приобретает характеристики в соответствии со связями, существующими у имени с другими словами; во-вторых, названный объект становится отличным от других объектов с помощью его определенных характеристик и тенденций; в-третьих, объект становится конвенциональным для тех, кто присваивает и употребляет то же имя (Московичи 1996).

Различные стратегии адаптации к неопределенности и изменениям способствуют формированию и поддержанию различных практик (Виммер 2002). Еще одним способом преодолеть/уменьшить коммуникативные барьеры (понимаемые в том числе и как властные) становятся попытки участников трансформировать коммуникативные характеристики друг друга. В профессиональной среде складываются рассказы об отдельных персонажах и компаниях/банках/институтах/фирмах etc., которые превращаются в нарицательные образы, моделирующие представления различных групп друг о друге. К наиболее известным образам можно отнести бывших и нынешних руководителей властных институтов (А. Гринспэн, Б. Бернанке, В. Геращенко, С. Игнатьев, А. Кудрин и др.), успешных инвесторов (У. Баффет,

Дж. Сорос и др.), т.н. «имена» (ведущие банки и компании с долгой историей типа Merrill Lynch, Lehman Brothers, CitiGroup, Тройка Диалог, Ренессанс, Альфа Банк и т.д.), публичные и знаковые для рынка фигуры (А. Чубайс, Р. Варданян, А. Изосимов, Р. Нэш, Н. Кащеев, А. Генкель, Ж. Кервель и др.). Общепринятые значения служат и для консолидации групп, обеспечивая общепринятую реальность, и для демаркации групп друг от друга с помощью расхождений в значении, свойственных социальным представлениям; обеспечивают опору образам и идеям, не требующим доказательств.

Говоря о коммуникативных барьерах, следует упомянуть о специальной терминологии и жаргоне, использование которых также выполняет функции различения «своих» и «чужих». Если владение терминами указывает на уровень формальной компетентности, то понимание жаргона — на не менее значимую «включенность» в сеть неформальных связей и принадлежность к общему контексту.

Создавая, поддерживая и изменяя общую символическую систему, профессиональная группа производит демаркацию, вводит критерии различения и идентификации, консолидирует участников группы и формирует мыслительную окружающую среду для коммуникаций и интеракций внутри групп и между ними.

Когда И. Гофман писал о фреймах, ритуалах и их месте в повседневной жизни (Гофман 1984), он утверждал, что индивиды, играя роли, стремятся противостоять угрозе разрушения идентичности. С одной стороны, они не рискуют привлечь к себе слишком сильное внимание, а с другой стороны — боятся затеряться среди других и прилагают усилия для создания дистанции, отделяющей их от массы. Можно сказать, что каждый является одновременно таким же, как все, таким же, как некоторые, и в то же время как никто другой — никто не желает быть совершенно незаметным и в то же время полностью отличаться от других.

Распространяя этот вывод на фондовый рынок, можно видеть, что его участники аналогичным образом балансируют между «фантомом нормальности» и «фантомом уникальности», тем самым создавая себе идентичность.

Так, в соответствии с подходом П. Бурдьё, можно было бы сказать, что социальные отношения обуславливают практики и представления агентов, но агенты производят практики, воспроизводя или преобразуя социальные отношения. В поле отношений сталкиваются конкурирующие представления, но представления реалистичные, претендующие на обоснованность «реальностью», наделенную всеми средствами, чтобы навязать свое решение с помощью целого арсенала коллективно накопленных и используемых методов, инструментов и техник, а также с помощью невидимой силы согласования схем восприятия и практик (габитусов). Эти схемы различаются в зависимости от характера позиции субъекта в социальном пространстве, поэтому они могут быть и коллективными. Кроме того, из-за эффекта запаз-

дывания участники могут иметь несоответствующие схемы («гистерезис» в терминологии Бурдье).

Этот любопытный эффект хорошо виден, например, в «текстах», которые производятся занимающими сходные позиции участниками рынка, когда их мир изменяется, но его культура остается. Если ресурсы сокращаются, а отвечавшие за их привлечение и удержание схемы остаются прежними, чаще всего, схемы получают иной статус и через это дают возможность адаптации к изменениям и вызываемому ими аномическому состоянию. Тогда же участники могут объявить, что их неэффективность (ошибочность действий и/или суждений) нормальна, так как ненормальны, находятся в состоянии кризиса рынок, ценообразование, действия властей etc. Поскольку постулируется распад прежней системы, часто вслед за признанием «кризиса» начинают утверждаться проекты «переустройства» рынка. Многочисленные примеры подобного рода наблюдаются во время биржевых паник, смены рыночных циклов и тенденций; один из последних примеров — дискурс о причинах, следствиях и необходимых действиях в связи с глобальным финансовым кризисом 2008 г.

Подводя итоги, скажем, что исследование фондового рынка как профессиональной субкультуры может строиться исходя из устанавливающей культурные практики взаимосвязи между габитусом и полем. Изучая принудительность и объективность символических порядков, одновременно можно анализировать и возможности, в рамках которых действуют участники рынка. Знание того, каким образом происходит (ре)генерирование признания и (само)признания, легитимация и конструирование практик и дискурсов на уровне субкультуры, важно для понимания способов включения индивидов и групп в социальный мир, для объяснения механизмов сохранения и изменения социального порядка. И, если Фуко проводил различие между тем, что *может быть сказано*, и тем, что фактически *говорится*, то дальнейшее изучение профессиональной субкультуры фондового рынка — возможность понять, как уже интернализованная реальность имеет тенденцию продолжать свое существование и как изменения институтов, запаздывающие по сравнению с социальными изменениями, выливаются в кризисы, конфликты и в поиски новых идентичностей, представлений и практик.

Литература

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

Аболафия М. Рынки как культуры: этнографический подход // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 2.

Адоньева С.Б. Категория настоящего времени. СПб.: Петербургское востоковедение, 2001.

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1995.

- Богданов К.А. Повседневность и мифология: исследования по семиотике фольклорной действительности. СПб.: «Искусство-СПБ», 2001.
- Бурдьё П. Начала. М.: Socio-Logos, 1994.
- Бурдьё П. От «королевского дома» к государственному интересу: модель происхождения бюрократического поля // Социоанализ Пьера Бурдьё. СПб.: Алетейя, 2001. (А)
- Бурдьё П. Практический смысл. М.: Институт экспериментальной психологии; СПб.: Алетейя, 2001. (Б)
- Бурдьё П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993.
- Ван Геннеп А. Обряды перехода. М., 1999.
- Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.
- Виллемс Х. Рамки, габитус и дискурс: к сравнению социологических концепций практики и смысла // Современная немецкая социология: 1990-е годы. СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2002.
- Виммер А. Культура: переосмысление основного понятия социальной антропологии // Современная немецкая социология: 1990-е годы. СПб.: Социологическое общество им. М. М. Ковалевского, 2002.
- Волков В.В. О концепции практик(и) в социальных науках // Социологические исследования. 1997. № 6.
- Волков В., Хархордин О. Теория практик. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2008.
- Гофман И. Представление себя другим // Современная зарубежная социальная психология: Тексты. М., 1984.
- Луман Н. Невероятность коммуникации / Пер. с нем. А. М. Ложеницина под ред. Н. А. Головина // Проблемы теоретической социологии. Вып 3. / Отв. ред. А. О. Бороноев. СПб.: Издательство СПбГУ, 2000.
- Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории / Пер. с нем. И. Д. Газиева; под ред. Н. А. Головина. СПб.: Наука, 2007.
- Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. Т. 16. № 1–2.
- Московичи С. Машина, творящая богов. М., 1996.
- Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М., 1986.
- Серль Дж. Р. Природа интенциональных состояний // Философия, логика, язык. М., 1987.
- Социоанализ Пьера Бурдьё. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М.: Институт экспериментальной психологии; СПб.: Алетейя, 2001.
- Тэрнер В. Символ и ритуал. М., 1983.
- Фуко М. Надзирать и наказывать. М.: Ad Marginem, 1999.
- Фуко М. Археология знания. СПб.: ИЦ «Гуманитарная Академия»; Университетская книга, 2004.
- Фуко М. Слова и вещи: археология гуманитарных наук. СПб., 1994.
- Фуко М. Воля к знанию // Фуко М. Воля к истине. 1998.
- Щепанская Т.Б. Антропология профессий // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. Том VI. № 1. С. 139 — 161.

Abolafia M. Y. *Making Markets: Opportunism and Restraints on Wall Street*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1996.

Abolafia M. *Markets as Institutions: An Ethnographic Approach* // Callon M. (ed.) *The Law of Markets*. Oxford: Blackwell Publishers, 1998.

Abolafia M. Y. *Success and Survival on Wall Street: Understanding the Mind of the Market* // *Contemporary Sociology*. 2001. Vol. 30. No. 3. (May).