

Германии, Португалии и считает, что в ближайшее десятилетие эта тенденция сохранится.

## ИЗБРАННАЯ БИБЛИОГРАФИЯ

1. Swedberg, R. *Economic Sociology: Past and Present Current Sociology*. Princeton, 1987.
2. Swedberg, R. *Economics and Sociology – Redefining their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists*. Princeton, N.Y., 1990.
3. Swedberg, R. *Major Traditions of Economic Sociology. Annual Review of Sociology*, 17, p. 25–276. 1991.
4. Granovetter, M. & Swedberg, R. (eds.). *The Sociology of Economic Life*. Boulder. San Francisco. Oxford, 1992.
5. Swedberg, R. (ed.). *Explorations in Economic Sociology*. N.Y., 1993.
6. Smelser, N. & Swedberg, R. (eds.). *Handbook of Economic Sociology*. N.Y., 1994.
7. Swedberg, R. *New Economic Sociology: What has been Accomplished, What is Ahead*. *Acta Sociologica*, v. 40, 16–82, 1997.
8. Swedberg, R. *Max Weber and the Idea of Economic Sociology*. Princeton, 1998.
9. Swedberg, R. *Joseph A. Schumpeter – His Life and Work*. London, 1999.
10. Swedberg, R. (ed.). *Entrepreneurship: The Social Science View*. Oxford, 2000.

Г.Н. Соколова

Соколова Галина Николаевна – доктор философских наук, профессор, заведующая отделом социологии труда и экономической социологии Института социологии Национальной академии наук Беларуси.

Р. СВЕДБЕРГ

## РЫНКИ КАК СОЦИАЛЬНЫЕ СТРУКТУРЫ (фрагменты)\*

Рынок представляет собой один из наиболее важных экономических институтов в современном обществе. Это понятие стало ключевым в политическом дискурсе во всем мире. По концепции рынка существует огромное количество литературы, я же рассматриваю рынки как специфический тип социальной структуры. Социальную структуру можно определять различным образом, но обычно этим термином обозначают определенный вид текущих и стандартных отношений между агентами, которые поддерживаются через санкции. В дискуссии о рынках недостаточно определить их через *ценообразующие механизмы* (как это часто делается в экономической теории), так как это не дает нам какого-либо представления о базисном взаимодействии включенных в него индивидов. Более плодотворным в этом контексте является рассмотрение рынков в терминах *обмена*, особенно если обмен представляется в широком смысле, как это делает Р.Коуз, определяя рынок как «социальный институт, который содействует обмену» (R.Coase, 1988).

### Сложность феномена рынка

Понятие «рынок» описывает множество различных явлений и может быть иллюстрировано его семантической историей. Этот термин введен в английском языке в XII в. и означал «торговлю» или «место для торговли». Вскоре он приобрел три различных значения: физическое месторасположение рынка; собрание людей в таком месте; законное право собираться в месте расположения рынка. В XVI в. понятие «рынок» стало использоваться в смысле «покупки и продажи в целом» и скоро стало обозначать «продажу, контролируруемую посредством спроса и предложения» (Oxford English Dictionary, 1989). В XVII в. термин начал расширяться, включая географическое пространство, в пределах которого существо-

\* См.: Swedberg R. *Markets as Social Structures* // *The Handbook of Economic Sociology*. Ed. by N.Smelser and R.Swedberg. N.Y., 1994. P. 255–260, 261–274.

вал спрос на определенный продукт. Фондовая биржа XIX в. все в большей мере рассматривалась в качестве прототипа современного рынка. Экономисты впоследствии стали исследовать рынок как абстрактный *ценообразующий механизм*, который является центральным в размещении ресурсов в той или иной экономической системе. <<...>

### **Рынок в экономической теории**

Ключевой вопрос этого раздела — в какой мере экономическая теория способна объяснить сложность феномена рынка. Отвечая на этот вопрос, я буду рассматривать через призму истории экономики, как анализировался рынок, начиная от Адама Смита и до наших дней. Поступая таким образом, я в основном попытаюсь отслеживать практику анализа рынка как *ценообразующего механизма* и одновременно — как института со своим собственным правом на существование. <<...>

### **Рынок в классической политической экономии (от А. Смита до К. Маркса)**

Существует много интересных различий между концепцией рынка в классической политической экономии и той, которая стала популярной в начале столетия благодаря маргиналистской революции. Во-первых, классические экономисты рассматривали рынок как синоним месторасположения рынка или географического пространства. В их глазах рынок являлся чем-то конкретным в противоположность абстрактному рынку современных экономистов. Во-вторых, главное внимание в классической политической экономии уделяется скорее производству продукции, нежели обмену. Вопрос цены решался через количество труда, вложенного в производство товаров, а не через взаимодействие спроса и предложения, как считают нынешние теоретики. И, в-третьих, обнаружилось, что существует много случайных факторов, влияющих на рыночную цену (что делает ее отличной от натуральной цены) и вводящих в заблуждение аналитиков. Это правда, что классические экономисты расценивали рынок как важный институт в рамках капитализма. Однако, анализируя и осмысливая экономическую жизнь, они считали производство товаров гораздо более важным, чем их обмен.

А. Смит в своей книге *«Богатство наций»* (1776) только две главы из тридцати связывает с проблемами рынка. Это «Ограничивающее влияние рынка на разделение труда» и «Натуральная и рыночная цена товаров». В качестве центральной проблемы анализа рын-

ка он рассматривал проблему взаимосвязи между рынком и разделением труда, а также влияние рынка на ценообразование. Согласно А. Смиту, обилие товаров является результатом труда, а производительность труда детерминируется, в свою очередь, развитием разделения труда. Он отмечал, что обычный рыночный город мог себе позволить рудиментарное разделение труда, в то время как город покрупнее, особенно если он расположен на реке или на берегу моря, может, в тенденции, иметь более развитое разделение труда. Он отмечал также, что бизнесмены обычно способствуют расширению рынка и, следовательно, развитию разделения труда. Благодаря этому факту рынки сельскохозяйственных продуктов часто опережали в своем развитии рынки мануфактурных товаров. А. Смит обосновывал, что более крупные рынки свидетельствуют о большем благосостоянии граждан и нации в целом.

А. Смит очень интересовался тем, как формируются цены. Он писал, что актуальная цена, по которой продается любой товар, называется его рыночной ценой. Она может быть выше, ниже или точно такой же, как и его натуральная цена. Согласно А. Смиту, рыночные цены в принципе тяготеют к уровню натуральной цены. Однако в течение долгого времени они могут оставаться выше натуральной цены. Подобное положение может вызываться естественными причинами (например, засухой, которая поднимает цену на хлеб) или вероятностью того, что бизнесмены скрывают жизненно важную информацию от своих конкурентов. А. Смит верил также, что «невидимая рука рынка» руководит обществом и может примирять посредством рыночного обмена частные интересы индивидов с генеральным интересом общества в целом.

Благодаря работам Д. Рикардо и Д. С. Милля политическая экономия становится более абстрактной, теряя в значительной мере интерес к конкретным экономическим институтам, в том числе к рынкам. Главным толчком к новым подходам явилось и то, что производство формировало корректную, или натуральную, цену, в то время как рыночная цена имела тенденцию выступать результатом случайных влияний. Книга Д. Рикардо *«Принципы политической экономии и налогообложение»* (1817) содержит, например, главу с эффектным названием *«Натуральная и рыночная цена»*. Д. С. Милль в книге *«Принципы политической экономии»* (1848) обосновывает научный приоритет «законов производства». Однако как Д. Рикардо, так и Д. С. Милль создавали в сфере их анализа особую область — анализ спроса и предложения. Это особенно



характерно для Д.С.Милля, который, по мнению ряда комментаторов, осмыслил и обосновал главные изменения в экономической теории.

Подобно другим теоретикам в области классической политической экономии, К.Маркс придерживался мнения, что производство является более важным, чем рынок, назначение которого состоит в определении цены товара. Тем не менее в главных работах К.Маркса можно также обнаружить большое число интересных наблюдений по поводу рынка, или «сферы обращения», как он предпочитал его называть. Прежде всего К.Маркс придавал особое значение тому, что рынок состоит из социальных взаимодействий. «Очевидно, — саркастически отмечал он в *«Капитале»*, — что товары не могут идти на рынок и совершать операции обмена, исходя из собственного расчета» (Marx, 1867). Он утверждал, что стоимость не присуща товару; это скорее отношение между индивидами, выражающее себя как отношение между вещами. Однако направление, в котором экономисты рассуждали о ценах, формировало иллюзию, что стоимости не создаются людьми, а каким-то образом конституируют качество предметов сами по себе. «Товарный фетишизм», — говорил К.Маркс, — приводил к тому, что люди «проектировали свою жизнь в вещи», потому что не понимали, что они сами создали эти ценности своим собственным трудом.

К.Маркс придавал также особое значение тому, что все рынки имеют оригинальные истории своего развития. Например, многие европейские и колониальные рынки создавались посредством преступлений или угрозы преступлений. К.Маркс также обосновывал, что существуют важные юридические и идеологические измерения рынка. Согласно законам капиталистического способа производства, все участники рыночных отношений изначально являются равноправными и свободными. Это, однако, не более чем иллюзия. По К.Марксу, рынок является не раем для природных прав человека, а скорее местом, где трудящиеся вынуждены продавать свою рабочую силу капиталисту за ничтожное жалование. Секретный ключ капиталистической экономики по отношению к трудящимся обнаруживался в «скрытом факте производства», а не в рыночных отношениях — «этой шумовой сфере, где все выходит на поверхность» (Marx, 1867).

#### *Маргиналистская революция и создание современной концепции рынка*

К концу XIX в. концепция рынка в экономической теории подверглась драматическому изменению в связи с работами Вальраса

(Walras), Джевонса (Jevons), Менгера (Menger) и др. Различие между новой концепцией рынка и концепцией классических политических экономистов было значительным. Для экономистов, подобных А.Смиту, рынок был чем-то конкретным, но аналитический интерес ограничивался признанием того, что рыночная цена товара подвергается влиянию случайных факторов. Однако сейчас мышление стало почти противоположным: рынок воспринимается как абстрактная концепция и вызывает огромный аналитический интерес как *ценообразующий и ресурсоразмещающий механизм*. Исторические и социальные подходы в течение этого периода настойчиво отвергались в ходе сражения методов, которое началось в Германии и Австрии, а затем распространилось на Англию и США. Новое понимание феномена рынка позволяет делать акцент на термине «совершенный». Итак, «совершенный рынок» — это весьма абстрактный рынок, характеризующийся совершенной конкуренцией и полной информацией. Рынки, по мнению многих экономистов, превратились в эмпирически пустую концептуализацию форумов, на которых совершались операции обмена. Данное превращение и составило суть так называемой маргиналистской революции.

Вместе с тем, несмотря на критическое отношение к этой революции, следует признать, что одним из ее достижений явилось представление рынка как *центрального механизма размещения экономики*. Эта идея, несомненно, отразила изменение, постепенно захватывающее Запад: экономика все в большей мере концентрировалась вокруг рынков. Это также предполагало, что все рынки в экономике взаимосвязаны и изменения на одном из них ведут к изменениям на других.

Среди наиболее крупных экономистов этого периода А.Маршалл был единственным, кто обратил внимание на рынок как эмпирический феномен с его собственными правами. Ключевая идея в его определении рынка состоит в том, что если местные цены на один и тот же продукт совпадают, то продукты становятся частью одного и того же рынка. В книге *«Принципы экономики»* А.Маршалл представил также весьма амбициозную программу того, как исследовать «организацию рынков». Сравнение различных работ А.Маршалла показывает, что его мышление относительно рынков с годами изменялось. Если в *«Принципах экономики»* рынки рассматривались им, по преимуществу, в терминах спроса и предложения, то тридцать лет спустя он акцентировал внимание на проблемах измерения их соци-

альной организации. В книге «Промышленность и торговля» А. Маршалл определял рынок следующим образом: «Во всех его различных значениях «рынок» соотносится с группой или группами людей, одни из которых желают приобрести определенные вещи, а другие — продать то, что хотят первые».

Из работ А. Маршалла становится ясным, что, по его мнению, в понимании рынков наиболее важны следующие пять факторов: пространство, время, формальная регуляция, неформальная регуляция и знакомство между покупателями и продавцами. При анализе рынков в работе «Принципы экономики» он фокусирует внимание на первых двух из этих пяти факторов; три других фактора рассматриваются в более поздней работе «Промышленность и торговля». В отношении пространства рынок, по А. Маршаллу, может быть как «широким», так и «узким». Рыночное пространство может расширяться или сжиматься в зависимости от обстоятельств. Степень, в которой время принимается в расчет, также может воздействовать на рынок — был ли проблемный период «коротким» (это означает, что предложение ограничивалось возможностями рынка), «более длинным» (это означает, что на предложение влияла цена производимого товара) или «очень длинным» (это означает, что на предложение влияла цена труда и других материалов, необходимых для решения проблемы) (A. Marshall, 1920). Рынок может быть «организован» или нет; под этим А. Маршалл подразумевал, что данный процесс может регулироваться формальным или неформальным образом. Фондовый рынок является, например, организованным рынком. В самом деле, А. Маршалл, подобно многим другим экономистам этого периода, рассматривал фондовый рынок как наиболее высокоорганизованную форму рынка. Рынки могут быть как «общими», так и «частными». Под частным рынком А. Маршалл имел в виду рынок, в рамках которого существуют определенные социальные связи между покупателями и продавцами, которые облегчают их взаимодействие; в то же время общий рынок является, в принципе, анонимным. В зависимости от степени неформальной регуляции рынок может быть «открытым» или «монополистическим». По мнению А. Маршалла, конкуренция обычно различается в зависимости от типа рынка, в которой она включена. Например, «жесткость и жестокость» форм конкуренции более всего проявляется на рынках, которые становятся монополистическими. <<...>

### **Индустриальная организация и концепция рыночной структуры**

Назначение теорий индустриальной организации — введение новой концепции рынка, в которой рынок определяется как индустрия, а также формирование установки на эмпирические исследования рынков в целом. Согласно идеям Дж. М. Кейнса, поле индустриальной организации появилось в беспокойный период между двумя мировыми войнами. И так же, подобно Дж. Кейнсу, теоретики индустриальной организации хотели восставать против неоклассической традиции и в то же время оставаться в ее «рамках». Новый подход коренился в работе А. Маршалла «Промышленность и торговля», но капитализирующим моментом в появлении поля индустриальной организации явилась публикация Э. Чемберлина «Теория монополистической конкуренции» (E. Chamberlin, 1933). Отправной точкой для Э. Чемберлина стала критика теории совершенной конкуренции, в которой он ощущал большое количество слабых мест. В частности, в этой теории рассматривался лишь один из двух ключевых элементов конкуренции а именно — число акторов на рынке. Второй ключевой элемент — различие произведенных товаров — игнорировался. Э. Чемберлин обосновывал, что различие товаров можно осуществлять различным образом, например с помощью патентов, торговых марок и рекламы. Чисто социальные факторы также могут способствовать различению товаров путем «создания репутации» продавца, «установления личных связей» между покупателями и продавцами и «общего тона или характера учреждения, где эти товары производятся». Реализация концепции Э. Чемберлина, естественно, предполагает новые перспективы развития рынков, которые проясняются следующими положениями. «Под воздействием чистой конкуренции рынок каждого продавца полностью сливается с рынками его соперников; ныне же можно признать, что каждый из них в определенной мере изолирован, так что целое не является единым рынком многих продавцов, но представляет собой сеть рынков, где все связаны друг с другом» (E. Chamberlin, 1933). При этом определять связи между рынками становится еще более затруднительным.

Следующим этапом в эволюции поля индустриальной организации стала, несколькими годами позже, важная статья Э. Мейсона (E. Mason, 1939). Согласно Э. Мейсону, возникла необходимость исследовать политику цен корпораций и вводить эмпирическое содержание в неоклассическую теорию цен. Э. Мейсон предлагал осуществить это через классификацию эмпирического материала в терминах «рыночных структур».



Э.Мейсон был в какой-то мере неясен в терминологии, но главным его достижением является заявление о том, что «рынок и рыночную структуру следует определять со ссылкой на позицию единого продавца или покупателя; что структура рынка... включает все те соображения, которые он принимает в расчет при определении его политики и практики бизнеса». Поскольку рыночная структура известна, продолжал Э.Мейсон, было бы возможным определять «ценовой ответ» и, исходя из этого, его воздействие на экономику и общество в целом.

Идеи Э.Мейсона породили множество эмпирических исследований и вскоре были сформированы в виде парадигмы «Структура – Управление – Исполнение». Согласно этому подходу, рынок рассматривается как органично присущий промышленности. «Рыночная структура» связывается с такими факторами, как барьеры вхождения в состав и концентрации продавцов. «Управление рынком» означает политику, регулирующую соперничество и установление цен. «Исполнение» в рамках рынка соотносится с оценочными вопросами реализации той или иной политики, например с вопросами справедливости тех или иных действий.

#### *Послевоенное развитие и исследование рынков*

После второй мировой войны наибольшее развитие получила экономическая теория, основу которой составило понимание рынков как *ценообразующих механизмов*. Это было характерным как для исследования рынков в целом, так и для изучения таких специальных рынков, как рынки труда и финансовые. Так, с помощью генеральной теории равновесия изучались трудные теоретические проблемы анализа взаимосвязанных рынков. Теория игр явилась пионерной во введении интереса субъективности в главное русло экономики, предложив тип анализа, в котором каждый актер принимает во внимание решения других акторов. Чикагская школа обосновала центральное место рынка как в экономической теории, так и в вопросах политики. И, наконец, появилось большое число интересных подвижек в экономической информации. Акцент на роли знания в разработке рыночных моделей привел к исследованиям «неудач рынка», «сигналов рынка» и т.д.

Однако при рассмотрении рынков как социальных структур некоторые из наиболее современных теорий утрачивают свои объяснительные способности. Так, абстрактная модель рынка, разработанная в контексте генеральной теории равновесия, не в состоянии управ-

лять занятостью, неполной занятостью и безработицей. Большинство исследований теории игр также абстрактны и часто терпят неудачу в объяснении социальных явлений. Чикагские экономисты добились, с одной стороны, успехов в изучении таких тем, как «скрытые рынки», правовая рыночная система, общественная регуляция рынка, взаимосвязь свободы и рынка. С другой стороны, они имеют тенденцию априорно воспринимать рынок как положительное явление и отождествлять с ним экономическую жизнь в целом.

Тем не менее все больше исследователей-экономистов проявляют интерес к теории рынков как социальных структур. Примером тому служат работы Д.Карлтона, который обосновывает, что существует множество различных механизмов, через которые рынки себя проявляют. *Ценообразующий механизм* комбинируется, как правило, с другими механизмами, социальными по своей природе (например, продолжительность отношений между продавцами и покупателями или знание продавцами нужд покупателей) (D. Carlton, 1989).

Наиболее существенный вклад в современную экономику, с применением социальной теории рынка, содержится в работе «Новая институциональная экономика». Этот подход привлек ученых из нескольких смежных областей, особенно специалистов по праву и экономической истории (R. Coase, O. Williamson, D. North), ключевые концепции которых включают «урегулирование издержек» и «права собственности», «издержки на поиск партнеров», «издержки внеэкономического (принудительного) характера» и «издержки на измерение стоимости товаров» в поисках общего эквивалента. Одни из этих концепций (издержки на поиск партнеров, издержки внеэкономического характера и издержки на измерение стоимости товаров) применялись исключительно к рынку, а другие (урегулирование издержек и права собственности) как к рынку, так и иным экономическим институтам. В «Новой институциональной экономике» значительное внимание уделялось рынку как специальному институту с собственным кодексом прав.

Идея урегулирования издержек заключается в том, что обмен всегда связан с издержками и что в одних случаях они могут оплачиваться с использованием рынка, а в других – быть менее дорогими, оплачиваясь через фирму (R. Coase, 1937). О. Вильямсон популяризировал эту идею в своей книге «Рынки и иерархии» (1975). Идея прав собственности заключается в том, что экономические институты могут быть

концептуализированы не только в стандартных экономических терминах, но также в терминах юридических прав. Издержки на поиск партнеров заключаются в том или ином размещении потенциальных покупателей и продавцов, тогда как издержки внешнеэкономического характера исходят из факта, что обмен влечет за собой затраты, необходимые для поддержания закона и порядка в рамках рынка и вне его. Издержки на измерение стоимости товаров — это издержки, вытекающие из исследования покупательского спроса на товары того или иного качества (Barzel, 1982).

Тем, кто вооружен этими концепциями, становится значительно легче анализировать работу рынка. «Новая институциональная экономика» формирует также непосредственное отношение к рынку как специфическому социальному институту. Особенно это касается разделов Р.Коуза и Д.Норса. В современной работе «Институты, институциональное изменение и экономическое исполнение» (1990) Д.Норс определяет главные шаги в развитии рынка, используя инструменты, почерпнутые из «Новой институциональной экономики». Он также порывает с общепринятой тенденцией уравнивать рынок с эффективностью и отмечает, что для некоторых экономических институтов, включая рынок, актуально скорее повышать урегулирование издержек, нежели понижать их. Д.Норс заключает, что рынок — «это смешение в сосуде институтов, одни из которых повышают свою эффективность, а другие понижают ее». Подобные мысли проводятся Р.Коузом, но с определенными критическими замечаниями. В статье конца 1980-х гг. Р.Коуз намечает основные программные положения теории рынка как института. По его мнению, экономисты слишком часто уравнивают рынок с определением рыночных цен, что ведет к ситуации, в которой «дискуссия о самом рынке полностью исчезает». Он также подвергает критике положение о рыночной структуре, обосновывая, что многие исследователи рыночных структур рассматривают такие факторы, как число фирм и различие товара, но забывают анализировать рынок как таковой.

Для устранения подобной небрежности Р.Коуз советует исследователям рассматривать рынок как «социальный институт, который содействует обмену». Согласно Р.Коузу, физическая структура рынка, как и его правила и регуляции, существует в основном для того, чтобы снижать издержки обмена, когда рынок высоко организован; напри-

мер, фондовая биржа, в которой принуждение ее членов к выполнению тех или иных правил обычно сводится на нет. Когда же рынок рассеян на обширной территории, то, по Р.Коузу, государству приходится вмешиваться в его функционирование и регулировать куплю и продажу, сводя рыночные отношения до минимума.

### Рынок в социологической теории

Сейчас я хотел бы рассмотреть способ, которым социологи анализировали рынок и, в частности, как они пытались справиться со сложностью феномена рынка. Во-первых, следует отметить, что социологи уделяли рынку гораздо меньше внимания, чем экономисты. Во-вторых, обратим внимание на то, что социологическая и экономическая теории развивались более или менее независимо друг от друга. Одним из нежелательных последствий этого явилась весьма малая способность их взаимопроникновения. Й.Шумпетер однажды пошутил по этому поводу, сказав, что в результате экономисты создали собственную «примитивную социологию», а социологи — собственную «примитивную экономику» (Shumpeter, 1954). В этом есть определенная доля правды, но я постараюсь показать, что социологи внесли значительный вклад в понимание рынков.

### Рынок в классической социологической теории

Из ранних социологов более всего интересовался рынками М.Вебер. Он полагал, что экономика должна быть широкой наукой, включающей такие темы, как «социология рынка»; он также пытался сделать эскиз этого типа социологии (M.Weber, 1922). Однако другие социологи — особенно Г.Зиммель и Э.Дюркгейм — затрагивали вопросы рынка именно в своих социологических изысканиях. Г.Зиммель, в частности, акцентировал внимание на доминирующей роли денег в современном обществе (G.Simmel, 1907). Что касается Э.Дюркгейма, то он сосредоточил свое внимание на том, как безнормность (аномия) воздействует на поведение людей в разных сферах, включая экономику (E.Durkheim, 1893).

М Вебер испытывал особый интерес к рынку и на протяжении своей научной карьеры анализировал его с различных точек зрения. Например, будучи молодым юристом, он участвовал в общественном обследовании фондовой биржи. Из его произведений становится ясно, что М.Вебер особенно интересовался тем, каким образом и в каких

местах организуются фондовые биржи. Являясь профессором экономики в 1890-х гг., М. Вебер следовал в своем подходе за Менгером, развивая его теорию и считая, что «цена на рынке является результатом экономической борьбы» (борьбы цен) (M. Weber, 1898). Он объяснял, что борьба цен на рынке имеет два аспекта, которые необходимо различать. С одной стороны, существует «борьба интересов» на рынке между двумя группами, которые реально вступают в обмен; с другой стороны — «конкуренция» между всеми, кто потенциально заинтересован в обмене с самого начала процесса.

Когда М. Вебер начал самоопределяться как социолог (десятилетием позже), он переработал свой анализ рынка с точки зрения методологического индивидуализма и понимания акторов. В результате в работе «*Экономика и общество*» М. Вебер определяет рынок следующим образом: «О рынке можно судить по наличию в нем конкуренции в случаях взаимобмена между множеством потенциальных групп. Их физическое собрание в одном месте, например на местной рыночной площади, ярмарке («продолжительный рынок») или обмен («рынок торговцев»), лишь конституирует наиболее последовательный вид рыночной формации. Вместе с тем только физическое собрание людей на рыночной площади способствует полному проявлению наиболее отчетливых особенностей рынка» (M. Weber, 1922).

М. Вебер признает концептуальное различие между обменом и конкуренцией. Если быть более точным, то социальное действие на рынке начинается, согласно М. Веберу, как конкуренция, а заканчивается как обмен. В первой фазе «потенциальные партнеры руководствуются в своих предложениях потенциальным действием неопределенно больших групп реальных или воображаемых соперников в значительно большей мере, нежели своими собственными действиями». Вторая, или финальная, фаза структурируется, однако, иным образом: «Завершенный бартер конституирует соглашение только с непосредственными партнерами». М. Вебер придавал рыночному обмену исключительное значение в том смысле, что последний представляет наиболее инструментальный и предсказуемый тип социального действия, который только возможен между человеческими существами. Он говорил, что обмен представляет «архетип всего рационального социального действия» и формирует, как таковой, «отвращение к любой системе с общинной этикой».

М. Вебер также сосредоточивал внимание на элементе борьбы или конфликта в рыночной системе. Он использовал такой термин, как *рыночная борьба*, и говорил о сражении людей друг против друга в сфере рыночных отношений. Например, конкуренцию он определял как «мировой» конфликт... обширный в той мере, в какой он выражает мировую попытку достигать контроля посредством возможностей и преимуществ, которыми хотел бы владеть каждый». Вместе с тем он определял обмен как «компромисс интересов тех или иных групп, в русле которого товары или другие преимущества выступают в качестве взаимной компенсации». М. Вебер неоднократно подчеркивал, что цены в их денежном выражении всегда являются результатом ожесточенной борьбы между группами на рынке.

М. Вебер весьма интересовался взаимодействием между рынком и остальным обществом. Красной нитью через веберовский анализ рыночных отношений проходит мысль о роли регуляции в сфере рынка. В докапиталистических обществах обычно наблюдается, по М. Веберу, значительная доля «традиционной регуляции» рынка. Но чем более рациональным становится рынок, тем меньше он подвержен формальной регуляции. Высочайшая степень «рыночной свободы», или «рыночной рациональности», достигается, согласно М. Веберу, в капиталистическом обществе, где большинство иррациональных элементов элиминировано.

#### *Попытка в 1950-х годах оживить социальный анализ рынка*

Хотя ранние социологи обладали солидным фундаментом для исследования рыночных отношений, идея социологии рынков в то время еще не вызрела. В течение 1920-х и 1930-х гг. исследования в этом направлении почти не проводились. После второй мировой войны в 1950-х гг. была сделана попытка оживить социальный анализ рынка. Прежде всего здесь следует упомянуть работы Т. Парсонса, Н. Смелсера, К. Поланьи. В «*Экономике и обществе*» (1956) Т. Парсонс и Н. Смелсер стремились показать, что экономическая и социальная теории могут быть интегрированы плодотворным образом, а также предлагали некоторые «стартовые позиции для систематизированного развития социологии рынков». Авторы указывали, что можно концептуализировать рынок как особую социальную систему с ее собственным правом на существование. Но в главном их усилия были направлены на решение другой задачи, а именно — показать, что рынки различа-



ются не только по степени развитости, но и по «социологическому типу» в зависимости от их положения в социальной системе в целом (Т. Парсонс, Н. Смелсер, 1956).

Анализ рынка, который можно обнаружить в работах К. Поланьи, гораздо менее абстрактен, чем у Т. Парсонса и Н. Смелсера, и, соответственно, более полемичен. Согласно К. Поланьи, было необходимо развивать новый подход к рынку, поскольку «наша главная интеллектуальная задача сегодня решается в поле экономических исследований». К. Поланьи видел свою задачу в развитии нового типа экономического учения, в котором экономика рассматривалась бы как один из компонентов общества.

Первая попытка К. Поланьи изложить суть своего видения нового типа экономики содержится в его работе *«Великая трансформация»* (К. Polanyi, 1944). В этой работе он стремился объяснить, почему рынки стали столь важными в современном обществе, но делал это в манере, отличной от общепринятой. К. Поланьи обосновывал, что экономисты обычно сначала ссылаются на склонность людей к обмену, а затем набрасывают эскиз естественного прогресса от малых исторических рынков к гигантским современным рынкам. Согласно К. Поланьи, подобный подход имеет мало общего с исторической эволюцией реальных рынков. Анализируя работы ряда ведущих экономистов, он указывал, что среди очень ранних существовало только два типа маломасштабных рынков: местный и «внешний» рынки (последний термин К. Поланьи использовал для обозначения рынков на длительных расстояниях). Оба эти типа рынков обычно регулировались и, как правило, не достигали динамики, достаточной для создания экономического прорыва. Отвергая прежние подходы, К. Поланьи утверждал, что в возникновении рыночной экономики сыграло свою роль государство, а также радикальная элиминация всех рыночных регуляций в Англии в середине XIX в. Интерпретация К. Поланьи английской теории была, однако, всецело его собственной. В течение 1830-х – 1850-х гг. К. Поланьи обосновывал, что все регуляции рынка превращались в утопическую попытку сделать из Англии «один большой рынок». Земля, так же как и труд, трактовались таким образом, как если бы они были обычными продуктами купли и продажи на рынке (К. Поланьи, *«Товарная фикция»*, 1950). Результат подобной попытки был невыразимо мизерным для большинства людей до тех пор, пока наконец не возникли контрдвижения по защите общества от «саморе-

гулирующегося рынка». Однако эти контрдвижения имели свою собственную противоречивую динамику; К. Поланьи отслеживает многие из ключевых событий XX в., включая 1-ю и 2-ю мировые войны, с тем чтобы объяснить ретроспективным путем превращение всего общества в один гигантский рынок в Англии середины XIX в.

В русле своего анализа в *«Великой трансформации»* К. Поланьи ввел как новую терминологию, так и новые теоретические перспективы рынков. Свои новые концепции он представил в ныне знаменитом эссе *«Экономика как институциональный процесс»* (К. Polanyi, 1957). К. Поланьи обосновывает тот факт, что существуют несколько различных путей организации экономики: посредством «взаимодействия», «перераспределения» и «рыночного обмена». Согласно его концепции, было бы ошибкой думать, что экономика организуется только через рыночный обмен; ошибочно также уравнивать торговлю с рынками, а деньги с обменом. К. Поланьи показывает, что торговля и деньги существовали во многих различных формах. В русле данной концепции для существования рынка необходимы прежде всего «спрос на толпу», «предложение толпы» и нечто, что может служить «эквивалентом». Сюда можно добавить ряд функциональных элементов, например «физическое месторасположение, представление товаров, обычай и закон». Но даже этого недостаточно для адекватного отражения стандартного рынка в экономической теории, поскольку цены на нем могут быть как фиксированными, так и свободными («рынки с фиксированными ценами» против «ценообразующих рынков»). К. Поланьи считал, что цены, которые постоянно изменяются благодаря конкуренции, представляют позднюю стадию рыночного развития.

#### *Возрождение социологии рынков*

Идеи К. Поланьи не оказали существенного влияния на развитие социологии рынков, и в период 1950-х – 1970-х гг. практически не было социологических работ, посвященных анализу рыночных отношений. Однако в 1970-е гг. социологи вновь стали проявлять интерес к изучению феномена рынка. Эссе Б. Барбера (Barber), посвященное «абсолютизации рынка», появилось в середине 70-х годов. Примерно в то же время немецкий социолог К. Хейнеманн (K. Heinemann, 1976) внес предложение о создании «социологии рынков». Появилось также несколько социологических исследований, затрагивающих различные аспекты рыночных отношений (Bonachich, 1973; Granovetter, 1974;



Wallerstein, 1974). В одном из них М. Грановеттер явился пионером сетевого подхода к анализу рынков, обратив внимание на роль знакомств и друзей в поисках работы индивидом. В другом — И. Валлерстейн представил теорию «современной мировой системы», в которой торговля и международные рынки играют ключевую роль. Интерес к рынкам появился и в русле теории организаций.

С начала 1980-х гг. интерес социологов к рынкам усилился и появилось множество работ на эту тему. К настоящему времени апробируется, с разной степенью успеха, целый ряд теоретических подходов: социально-структурный (White, 1981; Burt, 1983; Baker, 1984); социально-конструкционистский (Garcia, 1986; Smith, 1990); историко-сравнительный (Hamilton-Biggart, 1988; Lie, 1992); социально-системный (Luhmann, 1988); подход социальных правил (Burns and Flam, 1987); подход с позиции теории игр (Opp, 1987; Vanberg, 1987); подход с позиции конфликтологии (Collins, 1990). Некоторые социологические работы инспирируются трудами современных экономистов, посвященных рынку, особенно исследованием О. Вильямсона «*Рынки и иерархия*».

Особенно выделяется автором социологическая теория рынка — так называемый структурный подход. Этот подход доминирует в дебатах по вопросам рынка по двум причинам: он представляет наиболее устоявшуюся попытку создания социологической теории рынков и привлекает ряд весьма компетентных последователей. Трое из них — Х. Уайт, Р. Бёрт и В. Бейкер — особенно преуспели в развитии этого типа анализа. Главное в структурной социологии — фокусирование внимания на социальной структуре, попытка описывать структуру в очень конкретной манере (обычно через сети рыночных отношений) и глубокое недоверие к психологическим и культурологическим объяснениям. Отвержение сторонниками структурного подхода того, что ценности, идеи и культура являются центральными в социологическом анализе, вызывает определенные дебаты.

Одним из тех, кто заслуживает признания за возрождение интереса к рынкам, является Х. Уайт. Его исследование проблем рынка, начавшееся в середине 1970-х гг., представляет попытку поднять базисные вопросы рыночных отношений. «Почему возникают частные рынки? В силу каких причин тот или иной рынок проявляет устойчивость? Какой вид социальной структуры составляет основу рыночных отношений?» Ответы на эти вопросы в работе Х. Уайта в большой мере определяются его неудовлетворенностью неоклассической экономи-

кой. Согласно Х. Уайту, современная экономика практически не испытывает интереса к конкретным рынкам и озабочена рынками обмена в противоположность рынкам производства. Он заявляет, что не существует неоклассической теории рынка, а только чистая теория обмена. Вместе с тем Х. Уайт находился под глубоким влиянием экономической теории в своих теоретических подходах к рынку. Он позитивно относится к анализу А. Маршалла и Э. Чемберлина и отдает должное теории рыночного сигналирования М. Спенке (M. Spence).

Влияние М. Спенке особенно ощущается в ключевой характеристике теории рынков Х. Уайта — что рынки состоят из структур, которые воспроизводятся посредством сигнализации или коммуникаций между его участниками. Типичный рынок, описываемый Х. Уайтом, — это производственный рынок как оппозиция рыночному обмену. Причина такого подхода заключается в том, что Х. Уайт считает производственные рынки характерными для экономики индустриального общества. Х. Уайт утверждает, что производственный рынок, как правило, состоит примерно из дюжины фирм, которые оценивают друг друга как конституированный рынок и воспринимаются в качестве такого покупателями. Центральным механизмом формирования рынка является его «рыночная шкала», операционализованная Х. Уайтом в виде системы координат X и Y, где X применяется для обозначения получаемого дохода, а Y — для объема производимой продукции. Согласно Х. Уайту, такая шкала гораздо более реалистична, чем экономический анализ спроса и предложения. Бизнесмены знают, сколько стоит производство того или иного продукта, и пытаются максимизировать свой доход, определяя конкретный объем производимого продукта. При корректном расчете они размещают свою нишу на рынке продукции таким образом, который позволяет определять объем продукции в соответствии с запросами покупателей. Наиболее адекватное определение рынка, содержащееся в работах Х. Уайта: «Рынки представляют собой реальные группировки, которые бдительно наблюдают друг за другом. Давление со стороны покупателей создает зеркало, в котором производители видят себя самих, но не потребителей» (White, 1981).

Исследование рынков Р. Бёртом относится к середине 1970-х гг. В своих исследованиях он использовал особый тип представления данных — в виде таблиц затрат и дохода в мануфактурной промышленности США. На базе этих данных Р. Бёрт развивал новую концепцию, описывающую структуру рынка — «структурную автономию». Р. Бёрт утверж-

дал, что фирма может быть или не быть автономной в зависимости от трех факторов: 1) взаимодействия между фирмой и ее конкурентами; 2) взаимодействия между лицами, предлагающими фирме свои услуги; 3) взаимодействия между потребителями продукции фирмы.

Автономия является максимальной для фирмы в том случае, если последняя имеет: 1) минимальное число конкурентов; 2) много разрозненных продавцов рабочей силы; 3) много разнообразных потребителей продукции. Р.Бёрт убедительно показал, что чем выше степень структурной автономии фирмы, тем больше ее доход. Фирмы, имеющие высокую степень рыночного ограничения, пытаются кооптировать своих конкурентов и увеличивать свою выгоду различными методами, включая объединение директоров.

Подобно Р.Бёрту и Х.Уайту, В.Бейкер начал развивать структурный подход к анализу рынков в 1970-х гг. В своем труде «*Рынки и сети*» (1981) В.Бейкер представил как теоретическую аргументацию развития социологической теории рынка, так и конкретный эмпирический анализ. Он считал, что для экономистов характерен скорее имплицитный, нежели эксплицитный анализ рынка: «Так как рынок обычно предполагается, а не изучается, то большинство экономистов имплицитно характеризуют рынок как плоскость, лишенную специфических черт». В реальности, однако, рынки не однородны, а социально структурированы различным образом. И основная задача теории среднего уровня «рынков как сетей» — анализ данной структуры. <...>

#### Интеграция экономических и социологических подходов к рынку

Как уже упоминалось, интересные попытки анализа рынков как социальных феноменов с их правом на собственное существование — а не только как ценообразующих механизмов — предпринимались как в экономической теории, так и в социологии. В экономике А.Маршалл, например, создал впечатляющую программу исследования «организации рынков». Хотя он и потерпел неудачу в завершении этой программы, однако в его работах можно обнаружить плодотворные попытки создания различных рыночных типологий. Рынки, согласно А.Маршаллу, можно анализировать в соответствии с такими критериями, как пространство, формальная организация, неформальная организация и наличие или отсутствие социальных связей между покупателями и продавцами. Э.Чемберлин, так же как и А.Маршалл, стремился понять, как действуют конкретные рынки. Он, в частности,

сосредоточил внимание на дифференциации товаров (и, следовательно, рынков) посредством введения патентов, торговых марок, репутации продавца и т.п. Далее следует отметить исследования Д.Карлтона, выдвинувшего идею комбинирования ценообразующего механизма с другими механизмами, социальными по своей природе. И наконец, в «*Новой институциональной экономике*» обосновывалось, что рынок можно рассматривать как институт с правом на собственное существование, а не только как ценообразующий механизм. Основное внимание здесь уделялось юридическому обоснованию обмена и концепциям, объясняющим урегулирование издержек, издержки на поиск партнера, издержки внеэкономического характера и издержки на измерение стоимости товаров.

В социологии осуществлялись попытки анализировать рынки как комплексные социальные феномены с собственным правом на осуществление. Например, М.Вебер подчеркивал роль, которую конфликты и социальная регуляция играют в структурировании рынков. Более поздние социологи рассматривали в качестве своей первостепенной задачи обоснование того, что рынки не просто состоят из однородных пространств, где покупатели и продавцы вступают в обмен друг с другом, но что рынки представляют собой особые сети взаимодействия. Социологи пытались также обосновать роль юридических и политических факторов в функционировании рынков. Основные дебаты развернулись между социологами и авторами «*Новой институциональной экономики*» относительно степени, в которой эффективность может объяснять структуру частных рынков.

Даже при наличии значительного прогресса в понимании социальной структуры рынков пока еще существует очень сильная тенденция анализа рынков, как если бы они были всего лишь механизмами обмена. Это касается как социологов, так и экономистов и создает препятствие появлению полноценной теории рынков. Следуя М.Веберу, я полагаю, что в содержание рыночного феномена входят не один, а два элемента — обмен в комбинации с конкуренцией. Более точно — социальная структура рынка характеризуется особым типом взаимодействия, которое начинается как конкуренция между большим числом покупателей и продавцов, а кончается обменом между несколькими действующими лицами.

Концепция рынков как конкуренции в случаях обмена становится более интересной, если она включает в себя все, что происходит



вне рынка, но в связи с ним: как конкуренцию производства, так и конкуренцию обмена. Конкуренция, возникая в случаях обмена, начинает пронизывать все общество за пределами непосредственного рынка, который благодаря рыночному прогрессу превращается из нединамичной в динамичную силу общества. Таким образом, конкуренция, возникающая в случаях обмена, ощущается во всем обществе и характеризует современное капиталистическое общество в целом.

Целесообразно обратить внимание на блестящую интерпретацию конкуренции, предложенную Г.Зиммелем. Конкуренцию, согласно Г.Зиммелю, можно охарактеризовать как форму «косвенного конфликта». Она отличается от обычных форм конфликта тем, что не оказывает непосредственного влияния на оппонента, а скорее содержит «параллельное усилие». Вместо того чтобы уничтожить оппонента, конкурент пытается превзойти его или ее. Это означает, что реализуется сверхэнергия и что общество выигрывает в результате всех этих усилий значительно больше, чем в результате только одной победы.

Г.Зиммель также подчеркивал, что даже если конкуренты мотивированы тем, что они ожидают получить от обмена, им, тем не менее, придется производить продукцию согласно желаниям партнеров по обмену. Конкуренция, иными словами, представляет собой «субъективные мотивы усилий как средства производства объективных социальных ценностей». Процесс конкуренции, по Г.Зиммелю, отображает то, что А.Смит называл «невидимой рукой рынка», и свидетельствует о том, что «основная цель для индивида» оказывается «средством для социальной группы или сообщества».

Многие из рассмотренных нами вкладов в развитие теории рынков, — как, например, идеи издержек внеэкономического (принудительного) характера и издержек на измерение стоимости товаров — могут быть легко включены в веберовскую теорию рынка как конкуренции в процессе обмена. И с помощью этой последней теории возможно развивать различные типологии рынков как социальных структур (табл. 1, 2). Исторические рынки существенно отличались друг от друга в зависимости от степени, в которой конкуренция охватывала общество. Например, в средние века типичный городской рынок не оказывал особого влияния на остальное общество. Что же касается современного общества, то все наиболее важные рынки формально свободны и характеризуются как конкуренцией на рыночной площадке, так и конкуренцией в производстве. Издержки внеэкономическо-

го характера и издержки на установление адекватной стоимости товаров (при отсутствии денег в качестве эквивалента) варьировали в ходе истории, но имели общую тенденцию к уменьшению и даже исчезновению с появлением современного государства и стандартизированных мер и весов. В качестве других элементов, введенных в типологии рынков в табл. 1 и 2 для представления полной картины их социальной структуры, рассматривается количество покупателей и продавцов, а также уровень их организованности (индивиды, организации).

Творческие усилия как в современной экономике, так и в социологии развиваются в направлении замещения традиционного подхода к рынку как механизму обмена рассмотрением рынка как сложного социального феномена с правом на собственное существование. Пока что эти усилия находятся в ранней стадии своего развития, хотя в послед-

Таблица 1

| Социальная структура исторических рынков (идеальные типы)   |   |  |
|---|---|--|
| Тип рынка   | Конкуренция   | Обмен  |
| Доисторический рынок (как, например, рыночные площади на границах малых сообществ)                      | Конкуренция низкая и не распространяется за пределы рыночной площади на все общество; действующих лиц на рынке немного  | Бартер и живой торг; беспощадное поведение по отношению к участвующим в обмене группам из других сообществ; немногочисленные и неэффективные пути поддержания обмена (крайне высокие издержки внеэкономического характера)   |
| Ранний рынок торговли на длительные расстояния (как, например, «шелковый путь» во времена христианства) | Конкуренция между профессиональными торговцами и купцами; торговля часто ограничивается предметами роскоши и конкуренция не проникает глубоко в производственную организацию общества                                       | Существует несколько различных путей организации обмена в торговле между разными культурными сообществами; огромные и непредсказуемые издержки внеэкономического характера, но при этом предельно высокие доходы, получаемые в результате обмена                                       |
| Рынок в средние века (как, например, городские рынки)   | Конкуренция локальная и жестко регулируемая городскими властями; состязательное поведение проникает лишь в некоторые небольшие сферы общества; во всех остальных сферах господствуют правила экономического традиционализма | Живой торг является типичным и обмен базируется на товарах, произведенных ремесленным способом (высоки издержки на измерение стоимости товаров); живой торг носит всеобщий характер; пространство рыночной площадки гарантируется, но пока высоки издержки внеэкономического характера |
| Современный капиталистический рынок (как, например, рынки капиталов)                                    | Формально свободная конкуренция, которая является национальной и интернациональной; состязательное поведение охватывает все общество («конкуренция на рынке» и «конкуренция в производстве»)                                | Существуют различные рациональные механизмы для облегчения обмена (низкие издержки на поиск партнеров); живой торг маргинализируется; все механизмы современного государства нацелены на поддержание обмена (низкие издержки внеэкономического характера)                              |

ние 50 лет наблюдается значительный прогресс в этом плане. Основная задача состоит в развитии аналитически интересной модели, которая может быть эффективно использована в эмпирических исследованиях. Предложение М.Вебера относительно того, что можно рассматривать рынок как форму взаимодействия конкуренции и обмена, является одним из способов выполнения этой задачи. Пока еще проблема понимания рынков как особых социальных структур не имеет адекватных средств своего решения. Несомненно, изучение названной проблемы должно быть одним из наиболее важных вопросов в повестке дня как экономической теории, так и экономической социологии.

Перевод Г.Н.Соколовой

Таблица 2

| Социальная структура современных капиталистических рынков (идеальные типы) |   |   |
|--|---|---|
| Тип рынка  | Конкуренция   | Обмен   |
| Рынок труда  | Как правило, много продавцов (индивидов) против многочисленных и полновластных покупателей (организаций); конкуренция регулируется организациями работодателей, профсоюзами и законодательством; недостаток мобильности между продавцами часто делает конкуренцию локальной | Децентрализованный обмен (высокие издержки на поиск партнеров); малая сфера живого торга благодаря профсоюзам, организациям работодателей и нормам справедливости; проблемы измерения стоимости рабочей силы решаются посредством передачи связанных с этим прав организации как враждебной собственности |
| Рынок капиталов  | Ограниченное число покупателей и продавцов, большинство из которых - организации; как частное, так и общественное регулирование; политика государственного вмешательства; конкуренция национальная и интернациональная по своему масштабу                                   | Централизованный обмен в форме системы взаимных расчетов между банками (низкие издержки на поиск партнеров); существуют механизмы поддержки обмена, но только на государственном уровне; права собственности полностью передаются новым владельцам  |
| Рынок потребительских товаров  | Как правило, мало продавцов (организаций) и много покупателей (индивидов), которые не организованы; определенная общественная регуляция, но в остальном - свободная конкуренция   | Фиксированные цены, а не живой торг; децентрализованные, но фиксированные места обмена (магазины, места для гулянья и т.п.) означают низкие издержки на поиск партнеров; права собственности полностью передаются новым владельцам  |
| Промышленный рынок   | Как правило, мало покупателей и продавцов, причем все они являются организациями; на этом типе рынка часто встречаются сети покупателей и продавцов   | Обмен часто принимает форму переговоров и является полностью децентрализованным; права собственности полностью передаются покупателям, но обязательства продавцов (в виде гарантий качества) могут сохраниться; зачастую высокие издержки на поиск партнеров  |

Р.Г.ТОНИ

## СТЯЖАТЕЛЬСКОЕ ОБЩЕСТВО (избранные главы)\*

### Глава 4. Немезис индустриализма

Такое счастье не так уж и далеко от осуществления. Однако в ходе его достижения мир столкнулся с группой неожиданных последствий, ставших причиной его *болезни*, подобно тому как обструкция свободы экономических возможностей стала причиной социальной *болезни* в XVIII веке. И эти последствия не являются, как часто предполагают, случайными дефектами в адаптации, а вытекают естественным образом из господствующего в этом мире принципа; так что, в некотором смысле, причиной того, что он зашел в тупик, является не его неудача, а специфика его успеха, и сам его свет есть своего рода темнота.

Воля к экономическому могуществу, если она достаточно непоколебима, приносит богатство. Но, будучи такой непоколебимой, она разрушительна для моральных ограничений, которые должны регулировать погоню за богатством, и, следовательно, делает погоню за богатством бессмысленной. Ведь тем, что придает смысл экономической, как и любой другой, деятельности, является, как мы уже говорили, цель, к которой она направлена. Но вера, на которой покоится наша экономическая цивилизация, вера в то, что богатство — не средство, а цель, предполагает, что любая экономическая деятельность одинаково достойна уважения независимо от того, подчинена она социальной цели или нет. Следовательно, она отрывает выгоду от услуги и оправдывает вознаграждения, которые либо не сопровождаются выполнением функции, либо совершенно ей несоразмерны. Благосостояние в современных обществах распределяется соответственно возможностям; и хотя возможности отчасти зависят от таланта и энергии, еще больше они зависят от рождения, социального положения,

\* Продолжение. Начало: Т. III. Вып. 4 (10). Перевод выполнен по изданию: Tawney R.H. The Acquisitive Society. L.: G. Bell and Sons, 1923.