Сокровища экономики: пираты и нобелевские лауреаты на одной палубе

Юлия ВЫМЯТНИНА,
профессор
по макрофинансам,
Школа вычислительных
социальных наук
(позиция учреждена
при поддержке Lamoda),
Европейский университет
в Санкт-Петербурге

Экономическая теория часто воспринимается как оторванная от жизни — все эти модели с кучей нереалистичных предпосылок похожи на сферического коня в вакууме. Но красота хороших экономических моделей в том, что они помогают понять не всегда на первый взгляд понятное поведение людей. Питер Лисон[1] убедительно продемонстрировал это на примере классических пиратов золотого века (конец XVII — первая треть XVIII вв.). Разобраться с некоторыми интересными нюансами из пиратской жизни нам помогут, кроме профессора Лисона, пара нобелевских лауреатов по экономике.

Один из образов, тесно связанный в нашем сознании с пиратами, — пиратский флаг со скрещенными костями под черепом. В реальности пиратские флаги были разнообразны — чаще всего они были на черном фоне, но могли быть также и на белом или алом. Череп и кости были часто встречающимся, но не единственным мотивом — пираты также использовали целые скелеты, песочные часы, кинжалы, истекающие кровью сердца. Всё, что намекало на скоротечность жизни и возможность насильственной смерти, отлично подходило для пиратских флагов. Каждая пиратская команда, а точнее — каждый пиратский капитан — имели собственный флаг.

Известно, что пираты старались подойти к своим жертвам под флагом страны, которая могла восприниматься ими как дружественная, но перед тем, как приступить к захвату корабля, они поднимали свой фирменный флаг. Может показаться, что это пустая бравада, излишне театральный жест. Однако маловероятно, чтобы люди весьма прагматичные, занимающиеся опасным — пиратство издавна каралось смертной казнью — делом, тратили драгоценное время перед захватом добычи на ненужные действия. Чтобы разобраться в причинах этого явления, нужно обратить внимание на разнообразие пиратских флагов. Пиратские команды и их капитаны стремились создать себе репутацию максимально зловещую, и флаги, а также выразительные образы капитанов были частью этой «репутационной» кампании.

Красота хороших экономических моделей в том, что они помогают понять не всегда на первый взгляд понятное поведение людей

[1] Питер Лисон — профессор университета Джорджа Мейсона, автор книги «Невидимый крюк. Скрытая экономика пиратов» (М.: Дело, 2023).

В качестве яркого примера устрашающей репутации обычно приводят описание капитана Эдварда Тича, более известного по своему прозвищу Черная Борода:

«Физиономию капитана Тича, именовавшего себя Черной Бородой, сплошь покрывала густая растительность, сразу приковывавшая взгляды. На Америку эта борода наводила ужас… Цвета она была черного, и хозяин довел ее до таких чудовищных размеров, что казалось, будто волосы растут прямо из глаз. Тич имел обыкновение заплетать ее в маленькие, перевитые ленточками косички… и закидывать их за уши. Во время сражения он вешал на каждое плечо широкую перевязь с тремя парами пистолетов в кобурах и втыкал под шляпу запальные фитили, так что они свисали, едва не касаясь щек. Его глаза от природы были лютыми и дикими. Невозможно представить себе фигуру более жуткую, нежели этот одержимый бесом человек, сравнимый разве что с фурией из ада…»[1]

Хотя описания других известных пиратских капитанов уступают Тичу в колоритности, их репутации — безжалостных, решительных, нетерпимых к попыткам утаить перевозимые на корабле богатства и иной ценный груз — были не менее яркими. Недаром труд некоего капитана Джонсона «Общая история пиратов» был впервые опубликован в 1724 г., а в 1726-м вышло уже четвертое издание (существенно расширенное и дополненное). Яркие образы пиратов и описание их дерзких нападений пользовались огромным спросом среди читающей публики по всему свету.

Но всё-таки — зачем же пираты выстраивали такую устрашающую репутацию (если исключить мотив тщеславия)? С точки зрения экономики самое логичное объяснение — снижение трансакционных издержек. Концепцию трансакционных издержек — издержек, связанных с совершением какой-либо сделки (трансакции), — ввел Рональд Коуз[2] в 1937 г. Трансакционные издержки включают несколько основных категорий: издержки на сбор и обработку информации, издержки на переговоры и принятие решений, издержки контроля (за выполнением работ, качеством товаров/услуг и пр.), издержки на обеспечение выполнения договоров (преимущественно юридические).

По мнению Коуза, именно трансакционные издержки объясняют возникновение и продолжающееся существование фирм. При отсутствии трансакционных издержек можно было бы все мельчайшие услуги, обеспечивающие производство товаров или услуг, покупать на свободном рынке, необходимости в фирме не было бы. Однако существование трансакционных издержек приводит к необходимости их оптимизировать, а это предполагает институционализацию всех основных составляющих трансакционных издержек. Управленческий аппарат фирмы (в идеале) способствует минимизации трансакционных издержек фирмы и позволяет ей реализовывать свою цель — производство товаров или услуг. Отметим, что в современном мире во многих аспектах трансакционные издержки снизились — в первую очередь на сбор и обработку информации, но также и на прочие составляющие за счет стандартизации контрактов, как это происходит, например, на различных платформах.

По мнению Коуза, именно трансакционные издержки объясняют возникновение и продолжающееся существование фирм

В пиратских сообществах трансакционные издержки присутствовали, по крайней мере, в двух моментах: во-первых, в виде издержек на поддержание «командного духа» (как минимум, чтобы никто из членов команды не выдал остальных властям), а во-вторых, в виде издержек на собственно захват добычи. Первая проблема решалась за счет так называемых пиратских конституций, которые были, по-видимому, у многих команд. В этих «конституциях» устанавливались правила жизни команды, и каждый член команды должен был с ними согласиться. В основном эти «конституции» решали информационную проблему, а также проблему обеспечения выполнения договоров (подписавший такой документ уже не мог сделать вид, что был вовлечен в пиратскую деятельность обманом или силой).

Вторая же проблема решалась как раз за счет создания репутации и минимизировала в первую очередь издержки на переговоры (с экипажем и пассажирами корабля-жертвы) и издержки контроля (за выдачей всех ценностей, имеющихся на борту). Важно отметить, что в интересах пиратов было обойтись

[1] Копелев, Д. Н. (2013) Раздел Океана в XVI–XVIII веках: Истоки и эволюция пиратства. СПб.: Крига. 736 с. С. 11.

[2] Рональд Коуз (1910–2013) — американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике 1991 г. «за открытие и прояснение точного смысла трансакционных издержек и прав собственности в институциональной структуре и функционировании экономики». Его наиболее известные работы включают: «Природа фирмы» (Coase R. The Nature of the Firm // Economica, # 16(4), 1937, pp. 386–405) и «Проблема общественных издержек» (Coase R. The Problem of Social Cost // Journal of Law and Economics, #1(3), 1960, pp. 1–44).

без абордажных боев — по правилам пиратских команд за ранения, увечья или смерть пиратам полагалась компенсация, уменьшавшая размер добычи, подлежащей дележу. Чем более мирным был процесс отбора добычи, тем выше была «чистая прибыль» пиратской команды. Кроме того, пиратам было важно заполучить максимально возможный объем добычи, т. е. забрать все ценности. Для обеих целей репутация кровожадных, беспринципных и жестоких головорезов была как нельзя более кстати. Тем самым пиратский флаг определенной команды вкупе с репутацией капитана команды подавали жертве недвусмысленный сигнал: лучше сдаться, отдать все ценности, но сохранить жизнь и, если повезет, корабль.

О том, что во многом пиратские команды полагались именно на созданную за счет слухов репутацию, а не на повальную жестокость, можно судить прежде всего по тому, сколько свидетелей ужасного обращения пиратов с пленниками доживало до момента, когда они могли поведать об этом миру. Избирательно показательная жестокость позволяла нагнать страху на свидетелей, которые затем охотно делились впечатлениями и делали отличную «рекламу» соответствующей пиратской команде. Добавим к этому любопытный факт о Черной Бороде: по мнению его биографа, нет никаких свидетельств, что он когда-либо убил кого-то, за исключением жестокой схватки, завершившейся его собственной смертью.

Экстравагантное поведение пиратов вполне можно объяснить с помощью экономических концепций и моделей, разработанных для совершенно других случаев

Но если всё действительно было так, как описано выше, почему же у каждого серьезного пиратского капитана с устрашающей репутацией не было подражателей, желающих воспользоваться готовой репутацией в собственных целях? Ведь как мы знаем, портреты пиратских капитанов не были широко распространены или достоверны. В ответе на этот вопрос нам поможет идея Майкла Спенса[1] о разделяющем равновесии.

Спенс рассматривал вопрос о том, как определить уровень способностей кандидата при приеме на работу, когда прямая быстрая проверка невозможна. Чтобы хорошие кандидаты могли убедить будущих работодателей в своем высоком качестве, они должны послать сигнал — продемонстрировать свои предыдущие достижения, которые тесно коррелируют с искомыми работодателем способностями. Спенс предположил, что таким сигналом может выступать диплом о высшем образовании, особенно если он получен в вузе с хорошей репутацией — способность в такой вуз поступить, а затем его успешно окончить указывает на определенный уровень способностей и знаний. Но работать это будет только в том случае, если в такие вузы действительно сложно поступить и в них действительно сложно учиться. Тогда послать такой сигнал смогут только те, кто приложил серьезные усилия, чтобы иметь такую возможность. Т. е. «стоимость» такого сигнала должна быть высокой — только при этих условиях получится разделить потенциальных работников на две группы — имеющих определенный уровень способностей (и умеющих их реализовывать) и всех остальных.

Управленческий аппарат фирмы (в идеале) способствует минимизации трансакционных издержек фирмы и позволяет ей реализовывать свою цель — производство товаров или услуг

Вывешивание пиратского флага — отправка сигнала потенциальной жертве, сообщающая о репутации данной команды. Но стоимость этого сигнала крайне высока — если жертва окажется сильнее пиратов и сможет их захватить, все захваченные пираты расстанутся с жизнью. Сигнал стоимостью в жизнь оказывается эффективным средством против потенциальных «безбилетников».

Как видим, экстравагантное поведение пиратов вполне можно объяснить с помощью экономических концепций и моделей, разработанных для совершенно других случаев. Главное — иметь хороший кругозор и фундаментальную подготовку в области современной экономической теории.

[1] Майкл Спенс (р. 1943) — американский экономист, лауреат Нобелевской премии по экономике 2001 г. «за анализ рынков с асимметричной информацией». Две его самые известные работы, релевантные для обсуждаемых здесь вопросов: Spence M. Job market signalling // Quarterly Journal of Economics, #3(87), 1973, pp. 355–374 и Spence M. Competitive and Optimal Responses to Signals: An Analysis of Efficiency and Distribution // Journal of Economic Theory, №7, 1974, pp. 296–332.