

June, 2004

Peter Norberg

Att klassas som elit

- finansmarknadens inbäddning i samhället

Peter Norberg¹

Centre for Ethics and Economics

Stockholm School of Economics

¹ Peter Norberg, P. O. Box 6501, S-113 83 Stockholm, E-mail: Peter.Norberg@hhs.se, Telephone no.: +46

70 731 61 42

Att klassas som elit

- finansmarknadens inbäddning i samhället

1980-talets avregleringar mångfaldigade svensk penningmarknad och valutamarknad. Under 1990-talet trettiodubblades omsättningen vid Stockholms fondbörs. Finansiella marknader utövar inflytande på det samhälle som de hittills bara är delvis inbäddade i. Finansmarknaden är kärnan av dagens framträdande ekonomism. Tillsammans med de senaste årens skandaler i finansvärlden gör detta finansanställda till ett angeläget område att undersöka.

Av skilda skäl skulle finansmarknaden kunna vara mer ytligt inbäddade än andra näringsgrenar. För det första har finansmarknaden efter avregleringar och kraftig expansion under 1980- och 90-tal en ny skepnad och befolkas av många nya organisationer. Under hela efterkrigstiden fram till 1980 startades en enda ny fondkommissionär i Sverige. Under de följande sju åren exploderade sedan antalet fondkommissionärer från 18 till 41 trots att flera firmor fusionerades (Hallvarsson 1987:80,88). 2001 var 1496 värdepappersmäklare anslutna till Stockholmsbörsen (OM Group 2001). Som en jämförelse var antalet mäklare 1987 endast 145.

Att finansmarknaden präglas av anonymitet och avancerad teknik, och personifierar den abstrakta marknadsprincipen kan göra finansmarknader ytligt inbäddade. Anställda på finansmarknaden är karakteristiska för idealtypen *homo oeconomicus* (Abolafia 1996:16). Ändå är finansmarknaden inte isolerad från sociala sammanhang, såsom exempelvis traditionell ekonomisk teori, men också ideologiska kritiker av finansmarknaden hävdar. Finansiella marknader interagerar med omgivningen. Det gäller att förstå finansmarknaden som social och kulturell företeelse.

Neoklassisk nationalekonomi är teoretiskt fundament för många studier som skildrar finansmarknaden som samhällsnyttig och i någon mån rationell. Den neoklassiska ansatsen inriktar sig inte på fysiska människor på marknaden, och skildrar följdriktigt finansmarknader som lite inbäddade. Mot denna ansats står en sociologisk och en medial standardbeskrivning av finansmarknader som kontrast.

Ett expanderande forskningsfält på sociologisk grund (Abolafia 1996; Adler och Adler 1984) behandlar det inflytande människor utövar på marknaden. Sociologer har betraktat enskilda finansmarknader som olika samhällen, med de mönster utefter vilka anställda där interagerar med varandra. Denna forskning kan bidra till att besvara frågan hur inbäddad finansmarknaden är i det omgivande samhället. Den närvarande studien skiljer sig från sociolo-

giska studier av finansmarknader, men ska samtidigt kunna bidra till dessa. Här analyseras inte bara hur band skapas i arbetet, utan också hur detta sker utanför arbetet.

Kritiska, mediala bilder (Martin och Schumann 1996/1997) som skildrar marknaden som asocial kontrasterar mot sociologiska beskrivningar av hur finansiella marknader faktiskt är inbäddade i samhället. Mediala berättare skildrar finansmarknader som ett globalt, avpersonifierat elitnätverk. En vanlig angreppspunkt är att finansmarknader är globalt, istället för socialt inbäddade, vilket avlänkar dem från nationell solidaritet och socialitet.

Såväl neoklassisk nationalekonomisk teori som media förmedlar bilden av finansmarknaden som en anonym mekanism. Som Weber (1920/1922) och Polanyi (1944) beskrivit är ekonomisk handling emellertid alltid inbäddad i sociala strukturer. Ekonomisk handling är social handling. Barber (1995:395-408) skildrar hur utbyte på en marknad är avhängig, och därmed inbäddad i en uppsättning kulturella och sociala förutsättningar. Inbäddningen hjälper aktörer att få till stånd ekonomisk handling (DiMaggio 1994:28). Granovetter (1985/1992) och White (1981:543) har betonat hur utbyte är förankrat i tillit, samhörighet och lojalitet mellan individer och företag. Jag kommer att undersöka om finansmarknaden förlorat inbäddning, samt eventuell förankring i sociala sammanhang, som marknadens tilltagande folklighet och firmornas inbördes tillit. Ämnet blir att skildra hur svensk finansmarknads inbäddning omvandlats från 1980-tal och framåt. Artikeln ska ge insikt i finansmarknaden som social och kulturell företeelse.

I denna artikel inriktar vi oss på sekundärmarknader, det vill säga handel i noterade instrument. Jag har intervjuat sexton anställda som befinner sig närmast handel med finansiella instrument i Stockholm. Den del av finansmarknaden som jag här koncentrerar mig på är just handel, inte analys eller långsiktig förvaltning. Mitt urval var strategiskt så till vida att jag valde för att täcka olika yrkeskategorier som handlar, samt täcka olika sorters firmor, vilka främst skiljer sig vad gäller storlek.

Intervjumaterialet kan tolkas såväl naivt, som att respondenter uttrycker sådant de verkligen anser om världen och sin personliga position, men även utifrån att de vill ställa sig i god dager exempelvis genom att hävda att de själva, och den finansmarknad de tjänar, i sin tur tjänar samhället. Finansmänniskor kan tänkas uttala sig på ett sätt som de förväntar sig stärker deras position inom firman. De förväntas presentera sig själva på ett sätt som de utifrån sin erfarenhet antar är opportunt att framställa sig som inom sitt nätverk. Respondenter som garanteras anonymitet kan förväntas vara mer benägna att förmedla saker som de sällan diskuterar på arbetsplatsen.

Respondenternas utsagor formar vidare en diskurs som befinner sig på en delvis omedveten nivå och underställs sällan diskussion. Den diskurs jag studerar består av uttalanden, skriftliga texter från firmor såsom årsredovisningar och pressmeddelanden, intervjuer i tidningar och intervjuer jag genomfört. Diskursen skildrar mentalitet samtidigt som mentaliteten påverkas av diskursen. Diskursen är en viktig form för hur mentaliteten manifesterar sig. Vissa förgivettaganden och regler för yttranden har etablerats (Foucault 1976/1978: 51, 123; Foucault 1974/1975: 201) inom finansmarknaden under dess historia. Vidare finns rötter längre tillbaka genom anknytning till det sociala skikt flertalet finansmänniskor är uppväxta i, och genom sitt arbete sedan förstärker sin position i. Finansmänniskors uttalanden bör tas som en del av en diskurs inom finansvärlden där en ideologi är en viktig del.

Finansaktörer ger sin subjektiva skildring av finansmarknadens historia. Intervjupersonerna ser sina svar som individuella utsagor, men talar snarare med hela finansbranschens ganska så unisona stämma. Aktörerna talar utifrån ett givet manus, och överger ambitionen att oförmedlat återge observationer av en objektiv verklighet. Respondenterna talar utan att kräva av sig själva att de avbildar omvärlden. De nöjer sig med att inför mig referera till sitt arbete på ett sätt som de förväntar sig att jag skall uppfatta som trovärdigt. Utsagorna anspelar på en föreställning om en objektiv verklighet. Utsagorna har nivåer av både medvetet och omedvetet deltagande i ett spel om betydelser och mening. De regler mäklaren tillämpar i det specifika språkspel, där mäklare möter en forskare blir annorlunda, mer osäkra än vardagens mer etablerade språkspel, där mäklaren möter andra mäklare. För det senare mötet har outtalade regler lagts fast genom att aktören har observerat andra aktörers spel (Wittgenstein 1953/1967: 28-29).

Som Heidegger (1927/1977: 180-197) konstaterat hör det till människans existens att vara utkastad till en tillvaro, en kontext som hon inte kan frigöra sig ifrån. Intervjupersonernas identitet utgörs snarare av deras framträdande på arbetsplatsen tolv timmar per dag, än de fem timmar de tillbringar vakna i hemmet eller på annan plats utanför arbetsplatsen. Att befinna sig på sitt kontor ger intervjupersonen föga distans till sitt arbete. "En nyanställd har ingen möjlighet att värja sig mot vad som sitter i väggarna på arbetsplatsen. Han drabbas av såväl goda som dåliga traditioner." sade en verkställande direktör bland mina respondenter. Mitt studieobjekt är den aspekt av personligheten som utgörs av yrkespersonligheter, varför det var lämplig att genomföra intervjuerna på respondenternas arbetsplatser. Avsikten var att möta den yrkesidentitet som till följd av finansmänniskornas konsekvent hårda satsning på sitt arbetsliv dominerar deras själsliv.

Eftersom jag konfronterade mäklaren på ett sätt denne inte är van vid mötte jag trots mina ansträngningar till stor del ändå mäklare som skiljer sig från de personligheter de är i sitt arbete. Att jag ställer frågor som mäklaren är ovan att svara på förändrar inställningen i mäklarens medvetande. Den förflyttning mäklaren genomgår mellan arbetsplatsens diskurs och intervjudiskursen formar mäklarens utsagor. Hans (sic!) yttranden skiljer sig från hans vardagliga yrkesdiskurs. En praktisk konsekvens i intervjusituationen är att mäklare vinnlägger sig om att framställa sig som mer politiskt korrekta än de är i arbetssituationen. Politisk korrekthet är inte del av diskursen på finansmarknaden.

Teknik som skapar distans

Tönnies (1887/1912:9-104) beskrev hur det moderna samhället rationaliserats från *Gemeinschaft* till *Gesellschaft*. Enligt Anthony Giddens och Zygmunt Baumans resonemang kring inbäddning och urbäddning förlorar sociala relationer allt mer sin inbäddning. Bauman (1989:190-193) och Giddens (1990:21-29, 119-121) har beskrivit hur teknik många gånger ersätter mänskliga möten. Teknik automatiserar produktion och minskar ekonomiska institutioners inbäddning i personliga möten. Institutioner blir autonoma i förhållande till sociala relationer (Granovetter 1985/1992:53-4; Giddens 1990:21f, 25). Nutida ekonomisk handling skulle då vara mindre inbäddad i sociala sammanhang än handling traditionellt har varit. Även finansnäringen har gått från personligt till opersonligt.

Världen över ersätter datoriserad handel i allt fler fall golvhandel. När fondkommissionärer inriktar sig på Internethandel blir handlarrummet mer kalt och abstrakt, och förlorar den höga ljudnivå och det anarkistiska kaos som hör till traditionella marknader med muntligt utrop (Abolafia 1984:144-5). Människor och det mänskliga såsom mäklarens rop och kropp ivrigt signalerande i snabb rörelse över börsgolvet får mindre utrymme i handeln.

Finansanställda uppfattar att teknisk utveckling gör marknader mer rättvisa. Allt mer opersonliga transaktionsmetoder skulle tillförsäkra kunder rättvis behandling. En av mina intervjuade mäklaredirektörer uttryckte det som: "Med datorer blir handeln allt säkrare och rättvisare. Om mäklare möts öga mot öga för att göra upp en affär, innebär det att kunden kan förlora. Kunden vet inte vilken gemensam överenskommelse två mäklare som gör upp en affär har. Därför är det bättre, då man gör affärer helt kliniskt eller automatiskt, över Internet exempelvis." Automatiska säljprogram och indexfonder är andra exempel på hur människor allt mer sällan möts fysiskt för att hantera värdepapper. Automatiska säljprogram säljer automatiskt ett instrument om kursen faller under en viss nivå. Så minimeras förluster från eventuella ytterligare kursfall. Indexfonder innehåller ett viktat genomsnitt av börsaktier och har som uppgift att passivt följa den totala börsutvecklingen, inte överträffa den.

En direktör för en fondkommissionär som jag intervjuat hävdade: "Många fall skulle jag inte alls vilja lösa med handslag." Personliga relationer blir av mindre vikt. Mäklare möts allt mer sällan för att göra upp affärer. En aktiemäklare beskrev för mig: "När jag startade var det extremt personfixerat. /.../ Nu är mer analytiskt och mindre personligt." Vi utför transaktioner hemifrån över nätet istället för att möta en människa vi har sociala band till. Samme aktiemäklare förklarade för mig: "Man ser på motparten i transaktion mindre som person, och mer abstrakt när handlar över dator." Att möta en människa öga mot öga ger en upplevelse av ansvar. Datoriserad marknadshandel minskar social interaktion, och bidrar till att marknader inte konstrueras lika starkt socialt.

Mäklare, *market makers* (marknadsgaranter) och handlare utför sina uppgifter mer framgångsrikt om de får de mycket stora summor de hanterar att kännas mindre påtagliga och mindre verkliga, ungefär som ett spel. Anställda på finansmarknaden avstår från att uttala exempelvis tusen eller miljoner efter de första siffrorna i en summa de hanterar. En av mina intervjuade fondkommissionärsdirektörer formulerade detta som att: "Vad man kan köpa för pengarna eller vad pengar är värda i andra varor. Det försvinner helt. Det är bara siffror. Man tappar snabbt begreppet om beloppen. [...] Det är bra för att man skall kunna utföra arbetet bra." I mäklarens medvetande motsvarar kursnoteringar på Reuterskärmen inte pengar utan blir enbart signaler att reagera på. I sig abstrakta pengar abstraheras vidare till enkla signaler. Allteftersom gör mäklaren denna objektivisering helt rutinmässigt. Denna avtrubning eller domning kan liknas vid den *desensivering* som stark och långvarig stimulans av ett läkemedel ger upphov till. Med tiden reagerar patienter allt svagare på en given dos av ämnet.

Den konkreta och komplexa omvärlden reduceras till abstrakta signaler på en skärm. Anställda på finansmarknader hanterar och manipulerar symboler; inte något fysiskt påtagligt, och har sällan mycket att skaffa med den verklighet symbolerna refererar till (Bruegger/Knorr Cetina 2000:141-168; 2002). Vissa intervjupersoner uttrycker skepsis och tomhet inför hur abstrakt deras arbete är, och att det enligt en mäklare: ”bara handlar om att göra rika rikare. /.../ Visst skulle det kännas bra att ha ett riktigt jobb, att verkligen göra något.” En handlare hävdade: ”Arbetet känns inte produktivt i jämförelse med mer konkreta yrken. Ibland skulle jag hellre arbeta med mina händer.” Han sade sig ibland längta efter ”den gamla tiden”, då order ropades ut, en mer människonära och konkret hantering än dagens datoriserade aktiehandel.” En mäklarchef beklagade: ”Tekniken har gjort att aktiehandel har gått från hantverk till att bli en industri. Det har blivit rättvisare, men tråkigare och mer opersonligt.” En fondchef (Adamsson 1995:26) reflekterade: ”/.../ när man är på jobbet mitt i veckan klockan tre på natten, funderar man på att sitta i kassan på Konsum istället.”

En av mina intervjuade handlare sade om aktiehandel att: ”Det kanske är ett spel. Det är något samhällsnyttigt med stort underhållningsvärde, brukar jag säga.” Om arbetsinnehållet - såsom många finansanställda önskar - känns mindre verkligt, finns risk att de upplever det som något av ett spel. En aktör som upplever sin sysselsättning som ett spel, skilt från den verklighet där vi möter och påverkar verkliga människor, lägger mindre inlevelse och ansvarstagande i arbetet.

Reuterskärmen förmedlar omvärlden i formaliserad form till handlarrummet. Formalisering tilltar i takt med tillväxten av informationsteknik. Formalisering och objektivering hör emellertid till själva det att handla abstrakta värdepapper och begränsar sig inte till vår tids högteknologiska finansmarknader. Formalisering ägde rum redan på 1700-talets finansmarknad (Preda 2001:292) och på manuella värdepappersmarknader ännu idag. För att tränga genom börsgolvets kaos signalerar börsgolvets mäklare sedan länge med väldefinierade tecken vilken typ av transaktion de vill genomföra (Weber 1894/1924:291; Abolafia 1996:49). Teknisk utveckling har givit ytterligare abstrahering till avskalade tecken på Reuterskärmar. Finansmänniskor interagerar med symboler istället för med en konkret omvärld. Användning av teknik och avancerade finansiella instrument ger endast svag inbäddning i den sociala omgivningen utanför finansmarknaden.

Penninginstrument och den gyllene metoden som skapar distans

Simmel (1900/1907) beskrev hur pengars abstraktion har betydelse för människor. Penningen saknar bruksvärde, har endast bytesvärde, och är därmed mycket svagt kopplad till moral och

värderingar hos människan (Luhmann 1988:16, 160, 195). Anställda på finansmarknader är sysselsatta med just reda pengar, inte fysiska produkter, och hanterar större summor än vad som är vanligt inom andra verksamheter. Att abstrakta pengar ständigt är närvarande och enda måttstock på finansmarknaden innebär mindre inbäddning i konkreta, mänskliga sammanhang (Giddens 1990:22-26).

Marknadens aktörer visar sig i min undersökning följa en abstrakt, principiell syn som ligger nära nationalekonomin, att finansmarknaden är rationell och effektiv. I kraft av sin enkla och kraftfulla struktur kan den metoden tillämpas på skilda problem. Den ger överskådlighet och kvantifierbarhet, fjärrar aktörerna från det komplexa och konkreta näringslivet och gör finansmarknader mindre inbäddade.

Flertalet anställda på finansmarknaden är ekonomer, utbildade med neoklassiska modeller som antar perfekta marknader. Axiom inom neoklassisk nationalekonomi hör till finanskalvarnas förförståelse när de släpps lösa på den fria marknadens grönbete. Vetenskaplig teori formar marknadens praktik. Finansaktörer anser sig göra sitt pragmatiska bästa på en effektiv marknad som de uppfattar kanaliserar individers egen nytta till samhällsnytta. Finansmän accepterar till synes orättvisa omständigheter så länge dessa tycks tjäna den högre rationalitet som den nationalekonomiske klassikern Adam Smith såg i den osynliga handen. Handelsstudenter får lära sig att ett frikopplat egenintresse är ett fundament för ett blomstrande näringsliv. Intervjupersonerna tillmäter marknadsprincipen rättvisa som fördelningsnyckel.

Storspekulanten George Soros har beskrivit sina aktiviteter på finansmarknaden som om de ägde rum i en moralisk frizon:

”Currency traders sitting at their desks buy and sell currencies of Third World countries in large quantities. The effect of the currency fluctuations on the people who live in those countries is a matter that does not enter their minds. Nor should it; they have a job to do.” (Soros, 2000:56) och

”When you speculate in the financial markets you are free of most of the moral concerns that confront an ordinary businessman / ... /. I did not have to concern myself with moral issues in the financial markets.” (Soros 1995:111) Många finansaktörer ser finansmarknaden som skild inte endast från det övriga samhället, utan också från affärslivet i allmänhet. Finansaktörer ser till vad som är bäst för den egna marknaden och kan hänfalla i egoism, samt förakt för okunniga och små kunder. En mäklare i New York hävdade: *”Most customers don’t have the time, interest nor ability to become knowledgeable. The more they think they know, the less they actually know. Furthermore, it’s less than useless to try to educate them. The job of the representative is to make them money, not to educate them. The more they know, or think they know, the more trouble they are.”* (Smith 1999:42). En amerikansk derivathandlare konstaterade: *”/ ... / there are winners and there are losers in this world. That’s life!”* (Hasselström 2003:104). En

cynisk mäklare i Stockholm betonade den starkes rätt i marknadens kamp, genom att i stridens hetta slänga ur sig: ”*Fuck the small guys.*” Finansaktörerna är inte bara starkt distanserade från stora lager av allmänheten, utan till och med från många av sina kunder.

Global istället för lokal förankring

Nationella hänsyn hör inte till dagordningen på finansmarknaden. Under 1800-talet var finansvärlden i exempelvis London relativt oberoende av den nationella ekonomin, med närmare anknytning till den internationella konjunkturen (Wiener 1985:145). Under flera sekler har finansiella eliter i olika länder varit nära kopplade till varandra (Landes 1958:39-40).

Marknadsliberal politik har givit den finansiella sfären ökad betydelse för närings- och samhällsliv, och frigjort marknaden från nationalstatens restriktioner (Martin/Schumann 1996/1997; Castells 1996/1999: 103). Informationsteknik fogar samman olika börser med varandra globalt istället för med inhemska industrier och banker (Berglöf/Sjögren 1995). Världen över anpassar sig enskilda börser till ledande marknadsplatser som New York och London.

På många områden tar relationer som saknar koppling till geografi över (Bauman 1994:20-34). Finansvärlden är föregångare i denna process. Finansmänniskor är rörliga och obeständiga i sin organisationella och emotionella tillhörighet, och fäster sig inte vid nationalstaten, eftersom de varken är beroende av den, eller har något att tjäna på den. En aktiemäklare beskrev att: “Det är samma typ av människor oavsett om vi snackar Köpenhamn eller New York. De formas alla av identisk, intensiv information och nyheter.” Finansmän lever av att bygga broar och bryta gränser, och söker utbyte med sina likar utomlands istället för med landsmän utanför den egna branschen. Finanseliter ser möjligheter snarare i övernationella valutaunioner och andra storskaliga samarbeten än i de begränsade omständigheter nationalstaten erbjuder.

Skärmar med likartad programvara, informationsförmedling och kursnoteringar i samma multinationella storbolag världen över ger börsmäklares verksamhet ett globalt innehåll (Bruegger/Knorr Cetina 2000:141-168). Genom att tillämpa generella modeller och hantera signaler som sträcker sig över nationsgränser distanserar sig finansmänniskor från mannen på gatan och bildar gemenskap över nationsgränser. Liksom elementarpartikeln neutrino har så liten massa att den passerar genom materia utan att hindras eller påverkas märkbart av detta, är de signaler Reuterskärmen visar upp så enkelt pregnanta att de förmår genomtränga språkliga och andra gränser (Hägglund 2000).

Framför Reuterskärmen bildas en svagare virtuell lojalitet mellan finansaktörer. Snarare globala finansmarknader än den fysiska arbetsplatsen är deras sociala sammanhang. En mäklarchef hävdade att: ”Firman rätt över gatan känns lika avlägsen som marknaderna i London eller

New York.” Finansmänniskor blir mindre inbäddade i sina nationella samhällen, och tar också mindre ansvar för samhällslivet. När dagens högteknologiska finansmarknad blir global kan den personliga tilliten avta. Den globala finansmarknaden saknar allt mer moraliska grundvalar i platsbestämda normer och befinner sig i ett anomiskt, normlöst tillstånd.

Åter inbäddning

I tur och ordning har vi beskrivit hur finansmarknadens inbäddning i samhället lösts upp genom teknik, kapitalets abstraktion och globalisering. Finansmarknaden kan åter bäddas in genom motkrafter såsom mognad och återhållsamhet. Sådan återinbäddning krävs för att upprätthålla abstrakt finansiell verksamhet.

Personlig kontakt, i synnerhet möten ansikte mot ansikte är en källa till tillit (Giddens 1990:88). Med Granovetters (1985/1992:61) ord: “...*social relations, rather than institutional arrangements/.../are mainly responsible for the production of trust in economic life*“. En chef för penninghandlare jag intervjuade hävdade: ”Det blir en väldigt artificiell känsla när väldigt mycket kommuniceras via e-mail och Internet. Man måste sätta sig ned och ta den riktiga diskussion, då när man sätter sig ned med personen.” Finansiell verksamhet kräver såväl lagarbete som frekvent, personlig kontakt även med kolleger utanför det egna företaget. När en marknad blir mer anonym och styrd av teknik kräver den mer interpersonal trust och bäddas paradoxalt nog in djupare i enskilda metropoler (Bevir/Trentmann 2004: 12).

Mer än andra ekonomiska aktiviteter, är finansiella aktiviteter av tradition utpräglat urbana företeelser. Bland ett antal näringar i Sverige är finansiell verksamhet den som är mest koncentrerad till Stockholm (Andersson 1998:67,99). Flertalet fondkommissionärer, och själva aktie- och derivatbörsen OM Stockholmsbörsen är belägen mindre än ett kvarter från Stureplan. Där accentueras finanskulturen av börskurser som dygnet runt tickar fram på en byggnad vänd mot Stureplan. Denna finansmarknadens påverkan på omgivningen är påtaglig från 1980-talet, då finansmarknaden blev en central näring.

Stockholms finanscentrum Stureplan är säregen genom att den kompletterar funktionen av att vara finansiellt centrum med att också vara stadens nöjescentrum. En tidigare ansvarig för SE-Bankens nordiska fonder (Furuhagen Vestergren 2001:7) berättade att: ”Många fondanalytiker jobbar till tio på kvällen. Sen går de till någon av krogarna på Stureplan och träffar andra fondanalytiker.” Att efter arbetet träffas på restauranger och barer kring Stureplan upprätthåller eller kulturen. Här återfinns restauranger som de välklädda männen frekventerar till lunch, middag eller för kvällsnöjen med kunder som bekräftar affärsrelationer. Dessutom rymmer Stockholms finansiella centrum olikartade verksamheter som tycks antagonistiska gentemot

varandra och brukar vara geografiskt åtskilda. Utöver fondkommissionärer, barer och nattklubbar har även reklambyråer, konsulter, formgivare, konstgallerier och modehus etablerat sig inom gångavstånd (Stenström 2002). Svenska fondkommissionärer präglar och är präglade av en bestämd geografisk omgivning och på så sätt inbäddade i samhället. I svensk folkhemskapitalism har samarbete och förhandling varit mer framträdande än konflikt och konkurrens (Zetterberg 1983/1984: 170; Österberg 1993:141-146). Konsensus kring värderingar är en tradition i svenskt finansliv. Till skillnad från i USA har det inte varit kutym att stämma affärspartners, utan hellre söka samförstånd (Boman 1999:97): Sveriges finansiella centrum Stureplan visar Saltsjöbadsandans samförstånd mellan olika sektorer av samhället, även om de små, svenska klassgränserna förvisso sällan överskrids här.

Under 1970-talet trädde en liten grupp från en ny generation in på Stockholms finansmarknad med en något mer ledig, färgglad och personlig klädstil (Hallvarsson 1987:81). Banker och fondkommissionär har inte längre samma seriösa aura som de hade före 1980-talets avregleringar och brott mot traditioner. Nyrika anställda på finansiella marknader började leva ett liv kantat av media, porschar, ostron, champagne och annan iögonfallande konsumtion; istället för den diskretion, sparsamhet och återhållsamhet som tidigare hörde till näringen (Chernow:68).

Ett antal krascher och skandaler under det senaste decenniet har fått en stor del av branschen att återgå till traditionen av blygsamhet och återhållsamhet. Omogenhet leder till osäkerhet som kan leda till övertramp. Med tiden känner aktörer allt mer av etiska gränser och företag inom branschen mognar. Näringar och företag gjuts in i det omgivande samhället. Aktörer inom en näring uppövar en intuitiv känsla för vad myndigheter som Finansinspektionen och allmänheten anser acceptabelt. Finansmarknader har traditioner, men aktörerna betonar hur deras marknad är ny och modig, och är som personer fästa i nuet och den nära framtiden. Med positiv betoning uttalade vd:n för en systemtillverkare åt fondkommissionärer (Ungt 2001: 3): ”Våra kunder lever i nuet /.../.” Historielösheten döljs bakom en myt om att ha mognat i jämförelse med en omogen tid för branschen (Abolafia 1996:126-127). En mäklarchef ansåg att: ”Många av de färska är lättleda. Nu har alla dragit ned på folk. De som är kvar har oerhört god etik.” Med en börsanalytikers ord (Lagercrantz 1997:7): ”/.../ jag var på en börsmäklarfirma i två år. /.../ Det var fruktansvärt girigt. Men det var på 80-talet. Idag är det bättre på mäklarfirmorna. Nu råder en helt annan etik. Det skedde en självsanering under finanskrisen.”

Finansmarknadens aktörer spinner en kokong av återhållsamhet kring sin verksamhet. Kokongen är lönsam att trä på sig just för att den begränsar handling. Att hämma sitt egenintresse är själva kärnan av professionalitet (Parsons 1940/1954:62). Företag och anställda intygar sin självvalda handlingsbegränsning med tecken på seriös återhållsamhet. De bär

mörka och strikta kläder och väljer att någorlunda blygsamt använda de på finansmarknaden oerhört stora inkomsterna. På så sätt ingår mäklaren i bilden av kundens intresse kommer i första hand. En kultur som ger intryck av återhållsamhet får omvärldens förtroende. Att söka legitimitet åt verksamheten är en ständigt pågående aktivitet som vi skall studera närmare nedan.

Strävan efter legitimitet

Finansmarknaden är beroende av acceptans från myndigheter och allmänhet. Finansaktörers strävan efter legitimitet leder dem till möten med det omgivande samhället, myndigheter och andra institutioner som har makt att ge legitimitet. Då aktier under sent 1900-tal blev en verksamhet med större allmänintresse, etablerade sig firmor som inriktar sig på mindre kunder. För att vara framgångsrik som en sådan folklig mäklarfirma, måste finansföretaget passa in i det svenska samhället och accepteras i breda folklager.

Inom varje tänkbar grupp, oavsett om gruppen är en arbetsplats eller hela samhället, utesluts de som inte förmår bete så att de uppfattas som normala av gruppens medlemmar. För att bli accepterade måste finansföretag passa in någorlunda i samhället och ge sken av normalitet. I en tidning fondkommissionären Avanza skickar ut till sina kunder gick att läsa att klädmärket Dolce & Gabbana gör ”hip-hop-kläder för gemene man” (Starsta 2003:32-33). Många av Avanzas kunder har kontobehållningar som ger dem möjlighet att köpa kläder från lyxtillverkaren ”DG”, men det har inte den breda allmänhet som uttrycket ”gemene man” motsvarar i normalt språkbruk. Avanzas skribent framställer Dolce & Gabbana som vanligt eftersom hon inte fäster avseende vid att märket är exklusivt. För henne framstod det onormala med DG bara vara att kläderna är mer avantgarde än de sakliga kostymer fondkommissionärens kunder har för vana att bära. Finansmarknadens anställda framhåller gärna sig och sin förmögenhet som normala, istället för som något exceptionellt. Skribenten i Avanzas kundtidning framställde penningplacerare som normala i en jämförelse med hip-hop-ungdomar. Sådana artiklar lär kunderna vad de bör konsumera för att smälta in i investerargemenskapen.

Företag har mycket att tjäna på att stå på vänskaplig fot med myndigheter. Reglerande myndigheter å sin sida skyddar verksamheter de upplever fungerar, och har ett fungerande samarbete med. Myndigheter och en godkänd börs har ofta gemensamma intressen gentemot avvikare. Så bildar etablerade aktörer koalitioner, där aktörerna genom att knyta band sinsemellan rättfärdigar varandra i omgivningens ögon. Oavsett hur förmögenheten byggts upp vinner en finansman med tiden ofta respekt. George Soros som tjänat sina miljarder genom att spekulera mot det brittiska pundet och andra valutor. Hans verktyg var en investeringsfond han av skatteskal placerat på den lilla karibiska ön Curaçao. Därefter har han bekostat välgörenhet,

uttalat och publicerat sig flitigt i samhällsfrågor, odlat kontakter med regeringar och andra mäktiga män, och på så vis konverterat (Bourdieu 1979:137-8) sitt finansiella kapital. En finansman som Soros, men också en institution som en fondkommissionär eller börs kan bekräfta sin position genom relationer med makthavare från andra områden. Samtidigt som arbetsgivare organisationer hävdar att regleringar hindrar deras verksamhet, ger reglering också legitimitet (Bergh 1982:256-282). I syfte att få sanktion för vad som i Sverige var en ny affärsidé sökte derivatbörsen OM statlig reglering redan från sin begynnelse. Även svenska banker har historiskt sett sökt legitimitet från myndigheter (Lindgren 1991:15).

Att risker som finns på finansmarknader ger upphov till risker i samhället är en populär föreställning (Elmbrant 2000:95-96). För att motarbeta den föreställningen och rättfärdiga derivathandel lät derivatmarknaden OM publicera ett uttalande som detta i sin egen tidning: ”Användningen av derivat har passerat olika stadier. Till en början fanns ett spekulationsmoment. /.../ Nu används derivat alltmer som ett sätt att balansera avkastningskrav och risktagande.” (Ekholm 1996:12). Denna whigtolkning (Butterfield 1931) av utveckling under derivathistorien är ett inslag i den politiska diskurs finansmarknadens aktörer bedriver i sin kamp om status och prestige.

En aktiemäklare jag intervjuade hävdade: ”Moraliskt ansvar täcks in i lagar, samt Fondhandlareföreningens bestämmelser.” En annan mäklare ansåg att: “Etik är ett svårt ord, men jag ser det som att du följer börsreglerna.” Aktörerna är på ett pragmatiskt sätt passiva gentemot regler som inrutar deras näring men skrivs utom deras räckhåll. Finansmarknadens aktörer är inbegripna i en politisk förhandling, där legitimitet gentemot allmänhet och myndigheter är insatsen. Detta möte med omvärlden är jämsides med marknadens kamp, ett sätt att anpassa sig till naturliga villkor. Finansaktörerna är vana att utnyttja de omständigheter som marknaden presenterar, omständigheter finansaktörerna uppfattar som naturgivna.

Folklighet som inbäddning

Bankirer och fondkommissionärer har varit exklusiva och täta kulturer. Under senare år har Internet emellertid givit lekmän möjlighet att handla på nästan samma villkor som professionella aktörer. Allmänheten träder in på finansmarknaden och firmor vidtar åtgärder som innebär att marknaden närmar sig allmänheten. Den finansiella eliten förlorar privilegier i takt med att allmänhetens insyn ökar. Finansmarknadens exklusiva särställning är på väg att ruckas. Från att ha haft överklasstämpel har intresset för aktier blivit i det närmaste folkligt.

Fondkommissionärer har av tradition bara tagit sig an mycket förmögna kunder. Finansiella aktörer började under 1990-tal med hjälp av nya, mer folkliga affärsmetoder och

placeringsalternativ söka attrahera mer småskaligt investeringskapital. Fondkommissionärer avkräver kunder lägre belopp som startkapital än tidigare. Så lyckas fondkommissionärer ta hand om stora delar av det kapital en stigande andel svenskar under det senaste decenniet, oftast indirekt genom fonder eller pensionsförsäkringar investerat i aktier. Banco Fonder och fondkommissionären Hagströmer & Qviberg öppnade 1998 till och med var sin ”butik” för handel med värdepapper och fonder mitt i Stockholms finanscity Stureplan. Fondkommissionärer flyttar sin verksamhet från kontoret några våningar upp, där de dolt sig bakom små, diskreta skyltar, till den folkliga gatunivån. Under 1990-talet öppnade flera fondkommissionärer kontor i mindre städer; något historiskt sett unikt. Liks genom fondsparande anknyts finansvärlden till de breda folklagren, reklam och sponsring av idrottare, som finanshusen Matteus, Catella och Carnegie ägnat sig åt. Till bankirers och fondkommissionärens exklusiva tradition hade dittills hört att nöjda kunders ord var den enda acceptabla formen av reklam (Landes 1958:35).

Under 1990-talet anställde nya fondkommissionärer många kvinnliga mäklare. Avsikten var bland annat att locka till sig en till stor del ny grupp kunder, kvinnor. Under samma decennium börsnoterade sig tre svenska fondkommissionärer. Tidigare ägdes fondkommissionärer av ledande anställda på företaget. Amerikanska *investment*-banker och brittiska *merchant*-banker har uppvisat samma trend. Nordiska OMX var först i världen med att notera sitt eget företags aktier i det egna på företagets börs. Tidigare ägdes börser av sina medlemmar, fondkommissionärer och banker. Från att ha varit en angelägenhet för en liten krets, sträcks ägande av finansinstitut ut till allmänheten. Beaktat Nordens jämlikhetskultur (Hofstede 1980:104) är den tidiga demokratiseringen av Stockholms aktiemarknad logisk. Notering på den allt mer populära aktiemarknaden ger förankring i samhället.

Kursuppgångar ökar alltid allmänhetens intresse för aktier och ökar antalet aktieägare. Som en investmentbolagsdirektör (Lindstedt, 2000, s. 18.) kommenterade: ”I slutet av alla stora uppgångar är det alltid folk som blir alldeles hysteriska. Alla ska ha aktier och tar sina sista sparpengar och även lånade pengar för att köpa.” Den svenska allmänhetens inträde på aktiefondmarknaden åtföljdes av exceptionella kursuppgångar. Under 1980-talet var kursstegringarna på Stockholmsbörsen de kraftigaste i den industrialiserade världen. Kursfallen under de första åren av 2000-talet har gjort att färre investerare handlar dagligen, men antalet direktägare av aktier har sjunkit endast svagt och innehav av fondandelar genom allmän pension, eller frivilligt sparande fortsätter att öka sakta men säkert. Aktieägandets popularisering under sent 1900-tal tycks bestå.

Penning- och valutahandel håller politikerna i schack av räntelägets och valutakursers förskjutningar. Marknadens signaler förhindrar eller påbjuder vissa politiska beslut. Börsers

kurssättning delar dagligen ut betyg åt politiker. Marknadens genomslag har rättfärdigat besparingar, privatiseringar och marknaden som princip för att fördela välf. Finansmarknader tjänar som mall för näringslivet i övrigt, samtidigt som offentlig sektor allt oftare följer trender från det privata näringslivet. Människor i olika samhällssektorer närmar sig på så sätt finansmarknaden. Finansmarknader sprider också sin kultur, in te minst 1980-talets yuppie-anda, som till stor del utbreddes sig från just finansvärlden. En aktiemäklare konstaterade hur omgivningen inspireras av de friheter aktörer på finansmarknaden tar sig: "Om de uppför sig så i finans, så kan vi också göra så." Beteenden som tillskrivs aktörer på finansmarknaden, såsom att beställa mäklarbricka – en flaska vodka och två flaskor champagne – på någon bar kring Stureplan, lockar idag människor från skilda områden i samhället till mäklarebeteende.

Traditionellt har finansmarknaden kännetecknats av slutenhet. En ledande person på en fondkommissionär (Hallvarsson/Halvarsson 2004: 252) hävdar: "…/de stora kunderna vill inte ha transparens." Öppenhet lockar emellertid mindre kunder till en aktiebörs. Småplacerare är avsevärt mer intresserade av att investera om de inte oroas av att insiders lurar dem. För allmänheten som träder in på aktiemarknaden är genomskinlighet avgörande, och för att locka kunder börjar finansiella institutioner betona genomskinlighet i sin marknadsföring. En fondkommissionärsdirektör sade att: "Teknologi är bra och avskaffar all onödig och förlegad skräkänsla och vissa som missbrukar traditionella hierarkier. Teknologisk utveckling gör handeln mycket mer genomskinlig och rättvis; i synnerhet i förhållande till små kunder." Exklusiviteten avtar när firmor anpassar sig till krav på öppenhet. Banker och fondkommissionärer har inte samma seriösa aura som de hade före 1980-talets avregleringar. Finansiella företag försöker framhäva att de blivit folkliga. På frågan: Hur är SEB:s image? svarade bankens marknadschef i en reklamkampanj: "En tydlig skillnad mellan SEB och gamla SE-Banken. SEB är modern och lättillgänglig."

Tidigare har finansiella institutioner stått vid sidan av, lite ovanför det omgivande samhället. I linje med sin önskan att göra en ny grupp av mindre aristokratiska, potentiella kunder till lags, anställer fondkommissionärer informationsansvariga, vilka kontrollerar att institutionen inte skickar ut signaler till samhället som riskerar att ge dåligt renommé, men som också producerar en retorik som attraherar allmänhet, media och politiker. Medieträning blir viktig.

Finansmarknaden fylls av samhällets värderingar. Allmänhetens intresse för etik och miljö influerar affärslivets normer. Genom att uppmärksamma etikfrågor och anställa informationsansvariga för att, i motsats till fondkommissionärers tradition av diskretion, visa upp firman i media, indikerar finansmarknaden ett intresse för allmänheten. Enskilda, nya fondkommissionärer som Avanza nyttjar till skillnad från äldre, konservativa firmor uppmärksamhet i

media som ett sätt att marknadsföra sig. Konsumenter efterfrågar miljöansvar och god etik från företagen. Företagsledare måste representera värden som konsumenten kan identifiera sig med. Många företag väljer att aktivt profilera sig med värderingar. Genom att investera i tillverkning som motsvarar krav på rättvisa och mänskliga rättigheter, och i företag som på ett trovärdigt sätt lyckas framställa sin verksamhet som miljövänlig kan småsparare känna att deras placeringsaktiviteter har moraliskt värde. Gröna idéer vinner insteg i bank- och finansvärlden (Schmidheiny 1996: 102-7; Lundgren 1999). Genom att marknadsföra etiska fonder utnyttjar finansiella företag nya värderingar bland investerare till nya affärsmöjligheter. Aktörerna förväntar sig att omgivningen uppfattar deras verksamhet som mer tilltalande om de uppvisar intresse för etik. Etiska riktlinjer fungerar både som normgivare och som ideologisk överbyggnad. Retorik kring värderingsfrågor är lika viktig för allmänhetens och myndigheters bemötande som faktiska värderingar och beteenden är.

Gentemot allmänheten framställer sig finansiella institutioner som ickekonservativa. Den svenska fondkommissionären Hagströmer & Qviberg marknadsförde en rysk aktiefond under slagordet "Den ryska revolutionen del två". I annonsen poserade de båda företagsledarna Hagströmer och Qviberg som Marx och Lenin på ett monument. Både retoriken och annonsen tjänar att framställa företaget i ett annorlunda ljus än vad allmänheten ser som typiskt för finansvärlden.

Den storslagenhet finansmänniskors inkomster ger möjlighet till tolereras inte i jantementalitetens Sverige, där människor avkrävs vanlighet. En ny sorts elit upplever nya krav på uppförande. Även om vissa fortfarande avskärmar sig till sina exklusiva kvarter, lever de mer vardagliga liv. En mer positiv attityd till ambition och karriärism träder fram. Från den skepsis som i den starka välfärdsstaten rådde mot rikedom har den svenska allmänheten närmast sig en amerikansk syn på förmögenhet som indikation på god karaktär.

Postmodernismens finansmän känner inget behov av kulturell fernissa för att rättfärdiga sina inkomster. Den nyrikes brist på kulturell bildning har blivit norm, och kanske mer i Sverige än i många andra länder. I Norden, har den lärda kulturen aldrig förkvävt populärkulturen (Battail 2004: 29). Få svenska finansmän utmärker sig genom avancerad kulturell smak. Affärlivet följer processen att hierarkier, smakhierarkier liksom andra, accepteras allt mindre. Den som ägnar sig åt avancerad kultur ger intryck av att vilja skilja ut sig och ställa sig ovanför i rang och riskerar att bli uppfattad som pretentiös av kulturellt ointresserade affärskolleger. Att den framgångsrike affärsmannen med åren skaffar sig "finkulturell" smak har tidigare setts som lika naturligt som att han skaffar sig en lantegendom. Kultur ses numera som onyttigt inom de kommersiella elitskikten. 1970-talets radikalisering av kulturlivet bidrar till att kultur också ofta

uppfattas som vänsterradikalt och motsatt borgerliga värderingar, och tycks därmed olycklig i den övre medelklassens ögon. Den en gång kulturbärande aristokratin, med sin iögonfallande finkultur tågar ut ur historien. I takt med att aktiemarknaden populariseras bäddas den in i samhället.

Sammanhållning inom fondkommissionärer och finansmarknader

Sammanhållning och tillit inom fondkommissionärer och finansmarknader är en moralisk resurs att ösa ur som motvikt mot den ökning av teknik och anonymitet som hämmar inbäddning.

Individer i finansiella institutioner socialiseras kontinuerligt. De är varken socialt determinerade eller atomistiska. Sociala relationer mellan individer inom ett nätverk är ekonomiska resurser.

Organisationen blir en resurs för den anställde. Med Granovetters (1985/1992: 56-8,65) ord:

“...business relations spill over into sociability and vice versa, especially among business elites”

Finansmarknadens aktörer har gemensamma värderingar och tillämpar liknande modeller. En stereotyp attityd till uppdykande händelser och frågeställningar förprogrammeras. Återkommande formas bestämda svar. ”En nyanställd kan inte försvara sig mot värderingar som trycks på honom på arbetsplatsen. Han drabbas av såväl goda som dåliga traditioner.” hävdade en verkställande direktör bland mina respondenter. Kulturen talar så direkt till de anställdas egenintresse och tävlingssinne, att den som kommer in i kretsen slukas. En grundmurad uppfattning inom finansvärlden är en verkställande direktör jag intervjuade på en fondkommissionär som konstaterade: ”För att kunna göra ett bra jobb hos en fondkommissionär på penningmarknaden kan man knappast tycka att inflation är bra.” En aktiemäklare beskrev för mig att: ”Det finns en föreställning om hur man ska vara i finans. Fin dräkt, bilar, fantastiska semester, Verbier, St. Tropez. Och ovanpå detta förväntas man upprätthålla en inställning av att arbeta enormt hårt.” Finansaktörer använder konsensus som ett positivt laddat uttryck för strömlinjeformningen inom den egna näringen. En finansanalytiker (Germer 1998) kan uttrycka sig som att: ”Förhoppningsvis uppstår snart en konsensus.” En fondkommissionär tog sig till och med namnet Consensus.

Slutord: Finansmännens betydelse för samhället

All ekonomisk verksamhet är inbäddad i sociala sammanhang; så även abstrakt handel med finansiella instrument. Jag har här studerat i vilken grad finansmarknaden är inbäddad i sociala institutioner. Den finansiella sfären tenderar att skilja ut sig från samhälle och arbetsliv i övrigt.

Automatisering av handeln gör finansmarknaden abstrakt och mindre social, både genom att minska den sociala interaktionen på arbetsplatsen och därmed minska intensiteten i sociala relationer inom arbetet, samt utåt genom att finansaktörerna visar lågt intresse för den omgivning som de får allt mer kraftfulla verktyg för att påverka. När finansmarknadens aktörer tillämpar abstrakta metoder och samtidigt globaliseras hämmas marknads inbäddning i samhället.

Eftersom finansmarknaden endast är svagt inbäddad i samhället, kan marknadslogikens tilltagande inflytande försvaga samhällets sociala fundament. Krafter som åter bäddar in marknaderna finns ändå. Tendenser till återinbäddning motverkar abstraktion och avskiljning från samhället. Aktörer blir mer återhållsamma och folkliga. Inbäddning, urbäddning och tendenser till hur finansmarknaden åter bäddas in växelspelar. Artikeln har beskrivit ett antal exempel på hur finansmarknaden åter kan bäddas in efter att dess förankring försvagats.

Finansfirmor är upptagna med att rättfärdiga sig, och på så sätt inbäddade i en politisk förhandling. Finansmarknaden har gjort sig fri från inbäddning i blandekonomin, men bäddas återigen in, men på ett annorlunda vis. Det sker denna gång i mer folkliga sammanhang än tidigare. Detta är ett andra sätt som dagens inbäddning skiljer sig från förhållandena under blandekonomin. Kritiken mot äldre tiders aristokratiska finansmarknad mynnade ut i tilltagande konsumentmakt och en folklig kapitalism, där den breda allmänheten blivit aktieägare. Sedan 1990-talet ses finansmarknaden mer sällan som odemokratisk och exkluderande, utan som progressiv. Genom att breda lager av allmänheten trätt in på aktiemarknaden uppslukas allmänheten i den globala finansmarknaden. På så sätt tar allmänheten till sig finansiella värderingar. Värderingar bland anställda på finansmarknader, och värderingar bland allmänheten influerar varandra. Finansmarknaden populariseras genom ett tudelat förlopp, dels genom att marknaden anpassar sig till samhället, dels genom att mindre investerare inlemmas i finanskulturen. Den till synes osociala börsmäklaren får i omgivningens ögon medborgerliga kvaliteter som gör denne acceptabel som en åtminstone perifer företeelse.

Författaren tackar Richard Swedberg för kommentarer till tidigare versioner av artikeln. Arbetet med denna artikel har varit finansierat av Vetenskapsrådet.

Litteratur

- (2001): "Ungt företag med stark tillväxt". in *Framtiden direkt*, 3.
- Abolafia, Mitchel Y. (1984): "Structured Anarchy: Formal Organization in the Commodities Futures Market", pp. 129-150 in Patricia A. Adler/Peter Adler (eds.), *The social dynamics of financial markets*. Greenwich, Conn.: JAI P.
- Abolafia, Mitchel Y (1996): *Making markets: Opportunism and Restraint on Wall Street*. Cambridge, Mas and London: Harvard University Press.
- Abolafia, Mitchel Y. (1998): "Markets as cultures an ethnographic approach", pp. 69-85 in Michel Callon (ed.) *The laws of the markets*. Oxford: Blackwell.
- Adamsson, Catrin (1995): "Tala är silver. Tiga är guld". in *Fri ekonomi*, 26.
- Adler, Patricia A./Peter Adler (1984): *The social dynamics of financial markets*. Greenwich, Conn.: JAI P.
- Andersson, Åke E. (1998): *Finansplats Stockholm - en tillväxtmotor*. Stockholm: SNS (Studieförb. Näringsliv och samhälle).
- Barber, B. (1995): "All Economies Are Embedded - the Career of a Concept, and Beyond", in *Social Research*, 62, 387-413.
- Battail, Jean-François (2004): "The Nordic Identity - an External View", in *Comma*, 27-30.
- Bauman, Zygmunt (1989): *Modernity and the Holocaust*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Zygmunt (1991): *Modernity and Ambivalence*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Zygmunt (1993): *Postmodern ethics*. Oxford: Blackwell.
- Bergh, Trond (1982): "Bank og demokrati", pp. 256-282 in Trond Bergh/Francis Sejersted (eds.), *En storbank i blandingsøkonomien: Den norske Creditbank 1957-1982*. Oslo: Gyldendal.
- Berglöf, Erik/Hans Sjögren (1995): "Husbanker i omvandling - förbindelserna mellan affärsbanker och storföretag i svenskt näringsliv 1985-1993", in *Bankerna under krisen: fyra rapporter till Bankkriskommittén*. Stockholm: Bankkriskommittén.
- Bevir, Mark/Frank Trentmann (2004): "Markets in historical contexts: ideas, practices and governance", pp. 1-24 in Mark Bevir/Frank Trentmann (eds.), *Markets in historical contexts: ideas and politics in the modern world*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, Pierre (1979): *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris: Ed. de minuit.
- Brügger, Urs/Karin D. Knorr Cetina (2000): "The market as an object of attachment: Exploring

- postsocial relations in financial markets”, in *Canadian Journal of Sociology-Cahiers Canadiens de Sociologie*, 25, 141-168.
- Butterfield, Herbert (1931): *The Whig interpretation of history*. London,
- Castells, Manuel (1999 [1996]): *Informationsåldern: ekonomi, samhälle och kultur*. Göteborg: Daidalos.
- Chernow, Ron (1997): *The death of the banker: the decline and fall of the great financial dynasties and the triumph of the small investor*. London: Pimlico.
- DiMaggio, Paul (1994): ”Culture and the Economy”, pp. 27-57 in Neil J. Smelser/Richard Swedberg (eds.), *The handbook of economic sociology*. Princeton, N.J.: Princeton Univ. Press.
- Ekholm, Niklas (1996): ”S-E-Bankens nya strategi gav resultat”. in *OM Omsatt*, 12-13.
- Elmbrant, Björn (2000): *Hyperkapitalismen*. Stockholm: Atlas.
- Foucault, Michel (1975 [1974]): *Surveiller et punir: naissance de la prison*. Paris: Gallimard.
- Foucault, Michel (1978 [1976]): *La volonté de savoir*. Paris: Gallimard.
- Furuhagen Vestergren, Åsa (2001): ”Stureplans kalvinister”. in *Kyrkans Tidning*
- Germer, Björn (1998): ”Stabilare börs väntar”. in *Veckobrev från Matteus*, 1-3.
- Giddens, Anthony (1990): *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony (1992): *The transformation of intimacy: sexuality, love and eroticism in modern societies*. Cambridge: Polity Press.
- Granovetter, Mark S. (1992): ”Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”, pp. 53-81 in Mark S. Granovetter/Richard Swedberg (eds.), *The sociology of economic life*. Boulder: Westview Press.
- Hallvarsson, Mats (1987): ”1970-talet - en förberedelseperiod inför 1980-talets omvälvning”, pp. 79-99 in I. Hägg (ed.) *Risikapitalmarknad i förändring. Stockholms Fondbörs 125 år*. Stockholm: SNS.
- Hallvarsson/Halvarsson (2004): ”Intressekonflikter hos fondkommissionärer. En intervjuundersökning av åsikter och attityder hos ledare av corporate finance, aktieanalys och mäklari på den svenska marknaden 2003” in Finansdepartementet Förtroendekommittén editor. in *Statens offentliga utredningar (SOU)*, 245-303.
- Heidegger, Martin (1977 [1927]): ”Sein und Zeit”, in *Gesamtausgabe*. Frankfurt am Main: Klostermann.
- Hägglund, Peter B 2000. Sensemaking into stable quasi-companies. Enabling reality with analysts’ valuation models. Paper presented at Academy of Management, Toronto
- Lagercrantz, David (1997): ”Fängslad av kurvor”. in *Stock Magazine*, 1, 4-9.
- Landes, David S. (1958): *Bankers and Pashas, International finance and economic imperialism in Egypt*. London: Kingswood books.
- Lindgren, Håkan (1991): ”Swedish Historical Research on Banking during the 1980’s: Tradition

and Renewal”, in *Scandinavian Economic History Review*, 39, 5-19.

Lindstedt, Gunnar (2000): ”-68 gav oss moraliska värderingar”. in *Svenska Dagbladet Näringsliv*, 18.

Luhmann, Niklas (1988): *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.

Lundgren, Maths (1999): *Bankens natur: miljöfrågans genomslag i svenska banker*. Stockholm: Univ.

Martin, Hans-Peter/Harald Schumann (1997): *Die Globalisierungsfalle: der Angriff auf Demokratie und Wohlstand*. Ungekürzte Buchgemeinschafts-Lizenzausg. Rheda-Wiedenbrück: Bertelsmann.

Parsons, Talcott (1954 [1940]): ”The motivation of economic activities”, pp. 50-68 in *Essays in sociological theory: pure and applied*. Rev. ed. Glencoe, Ill.

Polanyi, Karl (1944): *The great transformation*. New York: Farrar & Rinehart.

Preda, Alex (2001): ”In the enchanted grove: Financial conversations and the marketplace in England and France in the 18th century”, in *Journal of Historical Sociology*, 14, 276-307.

Schmidheiny, Stephan/Federico Zorraquín (1996): *Financing change: the financial community, eco-efficiency, and sustainable development*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Simmel, Georg (1907 [1900]): *Philosophie des Geldes*. Leipzig: Duncker & Humblot.

Smith, Charles W. (1999): *Success and survival on Wall Street: understanding the mind of the market*. Lanham, Md., Oxford: Rowman & Littlefield.

Soros, George (2000): *Open society: reforming global capitalism*. 2. Rev. London: Little Brown.

Soros, George (1995): *Soros on Soros: staying ahead of the curve*. New York: Wiley.

Starsta, Z. (2003): ”Manligt & modigt”. in *Bonavita*, 1, 32-33.

Tönnies, Ferdinand (1912 [1887]): *Gemeinschaft und Gesellschaft: Grundbegriffe der reinen Soziologie*. Berlin: Karl Curtius.

Weber, Max (1922 [1920]): *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: JCB Mohr.

Weber, Max (1924 [1894]): ”Die Börse”, pp. 256-322 in *Gesammelte Aufsätze zur Soziologie und Sozialpolitik*. Tübingen: Mohr.

White, Harrison C. (1981): ”Where Do Markets Come From?” in *American Journal of Sociology*, 87, 517-547.

Wittgenstein, Ludwig (1953): *Philosophische Untersuchungen/ Philosophical investigations*. Oxford: Basil Blackw.

Zetterberg, Hans L. (1984 [1983]): *Det osynliga kontraktet: en studie i 80-talets arbetsliv*. 2. uppl. Vällingby: Sv. inst. för opinionsundersökningar (SIFO).

Österberg, Eva (1993): ”Vardagens sträva samförstånd: bondepolitik i den svenska modellen från vasatid till frihetstid”, pp. 126-146 in Gunnar Broberg/Ulla Wikander/Klas Åmark (eds.), *Svenske historia underifrån*. Stockholm: Ordfront.