

Г.Б. Юдин

## ПЕРФОРМАТИВНОСТЬ В ДЕЙСТВИИ: ЭКОНОМИКА КАЧЕСТВ М. КАЛЛОНА КАК ПАРАДИГМА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЫНКОВ

*В последнее десятилетие в экономической социологии складывается альтернативная исследовательская программа, направленная не на критику модели «человека экономического», но на анализ причин, по которым деятельность хозяйственных агентов всё в большей мере соответствует этой модели. Данный подход основывается на тезисе о перформативности экономической науки, согласно которому распространение экономического знания и экономических технологий кардинально преобразует хозяйственную практику, увеличивая правдоподобие экономических теорий. Ключевой характеристикой современного человека и его технологической среды становится калькулятивность. В статье обсуждается, каким образом тезис о перформативности в сочетании с теорией монополистической конкуренции формируют парадигму экономико-социологического исследования рынков, позволяющую уделить должное место экономическим технологиям, которые всё активнее структурируют хозяйственные практики.*

**Ключевые слова:** экономическая социология, Мишель Каллон, перформативность, экономика качеств, калькулятивность.

**Keywords:** economic sociology, Michel Callon, performativity, economy of qualities, calculativeness.

Новая экономическая социология как область исследований и интеллектуальное течение сложилась в США на рубеже 1970–1980-х гг., и с тех пор тон в этой сфере знания задавали американские исследователи. В последующие десять лет в американской экономической социологии сложился методологический консенсус. Основными элементами этого консенсуса стали идея субстантивной науки о хозяйстве К. Поланьи, веберовская социоло-

логия (в прочтении Р. Сведберга), междисциплинарный сетевой подход (привнесенный в экономическую социологию Х. Уайтом, М. Грановеттером и Р. Бертом), а также неоинституционализм, возникший в экономической теории и адаптированный социологами организаций (М. Хэннан, Дж. Фримен, Дж. Мейер, П. ДиМаджио и др.).

Однако в конце 1990-х гг. в экономической социологии появилась альтернатива этому консенсусу, она была предложена европейскими (преимущественно британскими и французскими) исследователями. Потребность в этой альтернативе возникла из-за непроященного дисциплинарного статуса экономической социологии: цитируя классика эволюционной экономики Дж. Ходжсона, можно сказать, что экономическая социология осталась «чуждым иным» как для экономической теории, так и для социологии (Hodgson 2007). Обосновав и закрепив свои научные притязания с помощью критики атомизированной модели экономического человека, экономическая социология воздержалась от использования концепции человека, сложившейся в парсонсовской социальной теории (Грановеттер 2004). В результате новое направление оказалось лишено антропологического базиса. Идея об укорененности экономического действия в социальных сетях, несмотря на ее большую эвристическую ценность, не могла претендовать на эту роль. В результате теоретическое содержание работ по экономической социологии часто стало сводиться к демонстрации аспектов и примеров, в которых экономические модели не работают. Это не снижало ценности исследований для анализа конкретных рынков, предприятий, хозяйственных практик, но порой не позволяло глубже осмыслить наблюдаемые феномены.

Между тем, атака на модель *homo economicus* в отсутствие последовательной альтернативы делала экономическую социологию все более уязвимой. Ведь едва ли кто-то возьмется спорить с тем, что действия человека могут определяться и его местоположением в социальной сети, а не только эгоистичным расчетом и нацеленностью на максимизацию собственной полезности. Проблема, однако, состоит в том, что любой исследователь вынужден признать, что, во-первых, наблюдаемые хозяйствующие агенты соответствуют или, по крайней мере, стараются соответствовать ненавистной социологам экономической модели, а во-вторых, этот факт существенен для понимания их поведения. Они преследуют свой интерес (как бы широко они его ни понимали), прикладывают большие усилия для получения важной информации, оценивают имеющиеся возможности и выбирают среди них наиболее перспективные — в общем, действуют так, как «предписывает» экономическая модель человека.

Именно эти соображения стали отправной точкой для нового направления в экономической социологии. В предисловии к сборнику статей «Законы рынков», который стал одним из первых камней в фундаменте нового подхода, Мишель Каллон заметил, что социологам следует не критиковать «человека экономического», а исходить из того, что он действительно существует (Callon 1998). Этот шаг может показаться для экономической социологии самоубийственным, поскольку подрывает ее притязания на то,

чтобы стать источником знания о том, как хозяйство функционирует «на самом деле». Однако после признания реальности homo economicus возникает вопрос о том, как получилось, что эта модель обрела плоть и кровь, а также о том, какие механизмы позволяют этой модели воспроизводиться в хозяйственной практике. Чтобы ответить на этот вопрос, потребуется социологический анализ конкретных способов конструирования ориентации на эффективность, рациональности и расчетливости эмпирически наблюдаемых экономических агентов. Иными словами, речь идет не о том, чтобы признать правоту антропологов-формалистов (чьей экспансии активно противостоял Поланьи) в том, что модель «человека экономического» позволяет дать универсальное объяснение поведения человека во все времена и во всех культурах. Предлагается скорее согласиться (опять же, вслед за Поланьи) с тем, что в некоторые периоды человеческой истории эта модель может лучше отражать реальность — таким периодам соответствует экспансия рынков как формы интеграции хозяйства. Задача социологии и социальной антропологии состоит в том, чтобы найти факторы, ответственные за наблюдаемое сегодня проникновение «человека экономического» в различные сферы хозяйства, и определить, как эти факторы трансформируют хозяйственную деятельность.

Следует заметить, что стремление отойти от критики экономических моделей и их предпосылок и сконцентрироваться на том, каким образом и за счет каких инструментов эти предпосылки обретают жизнь, было характерно и для некоторых исследователей в рамках американской новой экономической социологии. Не случайно в сборник «Законы рынков» были включены работы М. Аболафия и В. Зелизер. Аболафия в своем знаменитом многолетнем исследовании трейдеров на финансовых рынках задался вопросом не о том, в какой мере поведение трейдеров можно считать рациональным, а о том, что представляет собой эта рациональность, которая конструируется в среде профессиональных игроков на бирже. В самом деле, любое поведение можно в аналитических целях представить как субъективно рациональное, но трейдеры, помещенные в конкретную институционально оформленную ситуацию, важнейшим элементом которой является коммуникация с такими же, как они, профессионалами, вынуждены следовать разделяемым в данном сообществе представлениям о том, какое поведение является единственно рациональным (а также участвовать в эволюции этого представления). Аболафия назвал результат такой коллективной работы «локальной рациональностью», которая и определяет меру рациональности каждого поступка — но не универсально, а только в данной среде, имеющей пространственно-временные и культурные ограничения (Аболафия 2004). В исследованиях Зелизер акцент делается на культурной и языковой маркировке, которую получают принципиально безличные феномены (например, деньги) в зависимости от тех отношений, в которые они включаются. Таким образом, феномены, которые с точки зрения экономической науки выглядят универсалиями, начинают дифференцироваться в реальном мире, одновременно сохраняя свой универсальный смысл и приобретая

дополнительную семантическую нагрузку, которая ставит эту универсальность под сомнение (Zelizer 1998; Зелизер 2005). Сходные проблемы порой затрагивались и в работах классиков новой экономической социологии — таких, как М. Грановеттер (Granovetter, McGuire 1998) и Д. Старк (Stark 1998).

Тем не менее в целом такой подход не был характерен для экономосоциологов, которые традиционно сосредотачивались на критике «человека экономического», а не на его изучении. Поэтому для того, чтобы совершить смену фокуса, экономической социологии недостаточно внутренних и уже использовавшихся теоретических ресурсов. В данном случае в качестве внешнего источника выступили исследования науки и технологий (STS). Интерес к сфере хозяйства со стороны этих исследователей связан со стремлением распространить на экономическую науку опыт исследований естественных наук, который показывает, что наука неотделима от социального контекста ее существования, причем институционализированный процесс научного познания в такой же степени влияет на изучаемую реальность, в какой эта реальность определяет его содержание и протекание. Иными словами, наука существует лишь постольку, поскольку конструирует объекты, которые имеют значение за ее пределами, и чем большее значение они получают, тем более весомой становится роль науки. Взаимоотношения между наукой и технологией следует рассматривать как взаимодействие, а не как одностороннее влияние (Barnes 1982). Это, в свою очередь, позволяет сформулировать теорию инноваций, которая противоречит принятому взгляду, согласно которому инновации проходят процесс диффузии: напротив, инновации представляют собой итерационный и интерактивный процесс, предполагающий сотрудничество и конфликты между учеными различного профиля, администраторами, бизнесменами, целевой аудиторией и целым рядом других заинтересованных участников (Akrich et al. 1988). Исследования такой направленности наиболее активно осуществлялись британскими и французскими социологами, а в качестве объекта часто выступали, например, биотехнологии. Однако до конца 1990-х такой подход лишь эпизодически применялся к социальным наукам, а попыток интегрировать его в экономико-социологический дискурс не предпринималось.

Таким образом, на роль основного механизма, вынуждающего реальных экономических агентов походить на модель *homo economicus*, выдвигается сама экономическая наука — не только «чистая» теория, но все профессиональное, специализированное экономическое знание, производящее объяснения, модели, инструменты для практического анализа и технологии хозяйственной деятельности. Этот теоретический ход, предложенный М. Каллоном (Callon 1998), получил название тезиса о перформативности экономической науки. Сознательно преувеличивая, Каллон позднее представил его в таком виде: «хозяйство не существует до тех пор, пока экономическая наука не осуществит (performs) его» (Callon 2007: 328). Понятие «перформативности» восходит к теории речевых актов Дж. Остина, который предложил различать типы речевых актов и обратил внимание на то, что многие из них (если не все) оказывают преобразующее воздействие на реальность, а

не только описывают ее (если точнее, создают свой референт самим актом высказывания) (Остин 1986).

В самом деле, в наблюдаемой сегодня хозяйственной деятельности активно используются различные технологии, разработанные, выведенные на рынок и введенные в обиход хозяйствующих агентов учеными-экономистами самого разного толка. Сложно представить себе современное предприятие, не опирающееся на разнообразные технологии ведения бизнеса, стандартизации производственной деятельности, отчетности и аудита, а также не стремящееся внедрять новые, все более сложные технологии. Между тем, в разработке этих технологий, их превращении в инновации и внедрении в практику ключевую роль играют профессиональные исследователи-экономисты: академические ученые, эконометристы, теоретики управления, маркетологи, финансовые и организационные консультанты, разработчики специализированного программного обеспечения и другие специалисты, выступающие источниками инноваций для различных сфер деятельности фирмы. В той мере, в которой создатели этих технологий исходят из того видения мира, которое предлагает им экономическая наука с ее взглядом на хозяйство и человека, технологически изменяемая реальность начинает соответствовать этому взгляду. Тончайшая регламентация всех бизнес-процессов, которая происходит за счет технологических инноваций, заставляет пересмотреть роль экономической науки в хозяйстве. Экономисты, привыкшие к тому, что основные методологические разногласия сводятся к спору между позитивистами, стремящимися объяснить наблюдаемую экономическую реальность, и прагматиками, нацеленными на формирование эффективных инструментов управления этой реальностью, не обратили внимания на то, что сама эта реальность не существует независимо от их научной и инновационной деятельности, и чем дальше, тем эта зависимость сильнее.

Вокруг идеи о перформативности экономической науки выстраивается новая исследовательская программа. Речь идет об исследовании того, каким образом понятия, теории и концепции, разрабатываемые экономистами, влияют на хозяйственную жизнь\*. Основным методом становится этнографическое наблюдение, а также неформализованные интервью, которые позволяют выявить роль экономического знания в структурировании хозяйственной деятельности, а также описать, каким образом сами агенты воспринимают свой опыт хозяйствования. Так, исследования торговли деривативами (производными финансовыми инструментами) обнаруживают решающее значение, которое в определенный период имела в организации этой сферы теория опционов, разработанная в 1970-е гг. (и отмеченная впоследствии Нобелевской премией) и снабдившая экономических агентов формулой для расчета цен на опционы (MacKenzie, Millo 2003; MacKenzie 2007).

Другим полезным источником информации может быть историческое исследование развития отдельных отраслей экономического знания. Это позволяет понять, как возникновение этого знания связано с решением

---

\* Впрочем, парадигма STS предполагает, что перформативной может быть любая наука.

практических проблем и при каких обстоятельствах оно начинает влиять на хозяйственную деятельность, каким образом хозяйственная практика начинает зависеть от этого знания и генерировать новые доказательства его истинности (истинность неотличима здесь от признания и коммерческого успеха). Так, исследования зарождения и развития маркетинга показывают, каким образом знание, создаваемое маркетологами, извлекалось из практики бизнеса, чтобы затем быть заново введенным в нее. Исторический анализ позволяет также выявить те тактики, за счет которых маркетолог ставили фирмы в зависимости от своих технологий и рекомендаций, а также рассмотреть, каким образом маркетинг пытается добиться относительной автономии от бизнеса, которая позволяет маркетологам оказывать перформативное воздействие как на коммерческие, так и на некоммерческие организации (Cochoy 1998; Cochoy 2000). В качестве другого примера может выступать экономическая статистика, снабжающая экономических агентов неведомыми прежде для них терминами и показателями, которые затем не просто входят в их обиход, но подчас начинают играть ключевую роль в планировании и оценке их собственной деятельности (Didier 2007). Еще один пример предоставляют исследования истории рекламы и ее влияния на производственную и коммерческую деятельность (McFall 2004).

Концепция перформативности позволяет экономико-социологическому исследованию преодолеть необходимость отталкиваться от экономических подходов к изучаемым феноменам и критиковать эти подходы. Превращение «человека экономического» из объекта критики в объект исследования удачно не только тем, что разрешает спор о «правильной» модели человека. Оно дает возможность по-новому разметить дисциплинарные границы: экономическая социология более не претендует на исследование объектов экономической теории с помощью своего особого метода — вместо этого экономическая теория (и экономическая наука в целом) становится частью объекта экономической социологии. В фокусе исследования оказывается не абстрактный человек, определяемый его фундаментальными антропологическими свойствами, а человек, которого создает современная цивилизация, и не в последнюю очередь — экономическая наука как существенный элемент или даже выражение духа этой цивилизации.

Ключевой особенностью этого ожившего homo economicus для Каллона является калькулятивность. Каллон выбирает ее из всего набора характеристик, которыми обычно наделяют человека экономического (рациональность, нацеленность на максимизацию, склонность к оцениванию, информированность, эгоизм), поскольку она наилучшим образом отражает то влияние, которое интересует исследователей STS — влияние науки и техники на жизнь человека. Следует подчеркнуть, что речь идет не о том, что человек расчетлив по своей природе, но о том, что он становится человеком считающим в тех технологических условиях, которыми окружают его сегодня наука и техника. М. Вебер выделял калькуляцию, которую производят предприниматели, в качестве одного из отличительных признаков современного капиталистического духа (Вебер 1990: 49); Каллон же с помощью поня-

тия «калькулятивность» сознательно смещает акцент с индивидов на технологическую среду, в которую человек включен. Калькулятивен не только человек, но и сама среда, человек находится в таких условиях, что расчет становится не его сознательным (единичным или стратегическим) выбором, но единственно возможным способом существования. Более того, калькуляция происходит не в сознании индивидов, но в «распределенных агентствах», которые включают себя как индивидов, так и все технологическое окружение (Callon, Muniesa 2005: 1236). Только эта комбинация технологий, оборудования и людей способна производить калькуляцию на бесперебойной основе.

Это не значит, что человек более не способен не искать во всем свой интерес: расчеты никогда не могут учесть всего, и то, что находится за пределами расчетов, будет осуществляться человеком без всякого эгоизма — точно так же, как это происходило в примитивных обществах, которые любят приводить в пример антропологи. Однако в отношении того, что попадает во фреймы калькулятивности (активное использование терминологии И. Гофмана составляет еще одну особенность данного подхода), агенты будут вести себя так, как ведет себя человек экономический, для которого всякие отношения завершаются вместе с реализацией обмена, а новые отношения обмена всегда начинаются в ситуации *tabula rasa* (Callon, Latour 1997).

Это соображение, указывающее на то, что благодаря калькулятивности, распределенной внутри и вне экономических агентов, они будут вести себя в соответствии с антропологическими предпосылками экономической теории, стало предметом критики со стороны Д. Миллера и вызвало продолжительную дискуссию (Miller 2002; Callon 2005; Miller 2005). Миллер обратил внимание на то, что, хотя перформативность экономической науки действительно имеет место и является сегодня ключевым для экономической антропологии и социологии фактом, из этого еще не следует, что взаимодействия между экономическими агентами на самом деле становятся реализацией экономических моделей. То обстоятельство, что сделки заключаются во фреймах, которые возникают во многом под влиянием экономической науки, не должно заслонять подверженности человека влиянию непросчитываемых им факторов. И даже если экономические агенты ведут себя так, как будто они — *hominie economicus*, это еще не значит, что они таковыми являются (и что экономическая наука удачно описывает их поведение).

Таким образом, несмотря на то, что многие специалисты признают значимость тезиса о перформативности, остается широкое поле для дискуссий о том, что же именно следует понимать под перформативностью и где ее пределы. Так, П. Асперс указывает на то, что перформативность экономической науки возможна только на рынках определенного типа — рынках, где роли участников не закреплены и могут меняться от сделки к сделке (Aspers 2007). Другая проблема связана с тем, что воздействие экономической науки на хозяйственную практику может иметь разные формы, и неясно, корректно ли рассматривать их как разновидность одного и того же явления. По меньшей

мере, следует говорить о различных видах перформативности. Д. Маккензи различает «стандартную» и «остиновскую» (или «барнсовскую») перформативность, имея в виду, что любые, в том числе научные, категории могут проникать в различные сферы социальной реальности, и их проникновение некоторым образом изменяет эту реальность в том смысле, что прежде этих категорий там не было. Это тривиальное соображение, и идея Остина применительно к науке, очевидно, относится только к той разновидности стандартной перформативности, которая обозначает повышение валидности научных теорий самим фактом их «высказывания» (MacKenzie 2004, 2007; MacKenzie et al. 2007; Didier 2007; Aspers 2007: 387–391).

Возможно, более общая проблема состоит в том, что для эмпирического обнаружения перформативности экономической науки в остиновском смысле необходимо, чтобы между наукой (понимаемой как дискурс или как институт) и экономической практикой существовала более или менее четкая граница, пересечение которой могло бы свидетельствовать о том, что научное высказывание породило собственный референт. Однако сам подход Каллона, и в особенности стоящая за ним теория инноваций, основаны на противоположном утверждении: между абстрактной теорией и практикой всегда существует множество агентов, транслирующих и трансформирующих знание, так что в конечном итоге практики непосредственно участвуют в формировании научного знания, а теоретики в той же мере заняты структурированием практики. Каллон называет этот процесс со-осуществлением (co-performance) хозяйства (Callon 2007: 335–339), что, возможно, даже корректнее, чем понятие перформативности. В этой ситуации собственно для перформативности не остается места: так, организационные консультанты оказывают влияние на функционирование бизнеса, а их подходы, в свою очередь, опосредованно влияют на абстрактные модели академических экономистов и теоретиков управления. Однако тот факт, что в итоге работа компаний-клиентов претерпит некоторые изменения (зависящие также от того, как клиенты поймут рекомендации консультантов), затруднительно отнести на счет перформативности науки без того, чтобы не лишить этот термин всякой эвристической ценности.

Следует признать, что сам тезис о перформативности экономической науки в первую очередь представляет собой предмет для исследования по социологии науки, пусть и небезынересного для экономической социологии как науки о хозяйстве. Для того, чтобы этот тезис лег в основу альтернативной экономико-социологической программы, необходимо описать систематическое влияние перформативности на хозяйство. Попытка решить эту задачу предпринимается в статье «Экономика качеств», перевод которой предлагается вниманию читателя. Статья написана М. Каллоном совместно с его коллегами по парижскому Центру социологии инноваций (CSI) — С. Меадель и В. Рабехарисоа. Исходный вариант этой статьи появился на французском языке в 2000 г., а в 2002 г. ее перевод на английский в журнале «*Economy and Society*» (Callon et al. 2002) спровоцировал упоминутую активную полемику не только вокруг самого текста, но и вокруг те-



зиса о перформативности в целом. Спор о перформативности — это, в конечном счете, спор о том, в какой степени хозяйственная жизнь сегодня может быть описана в терминах экономики качеств.

Теоретической базой, которую Каллон использует для построения собственно экономико-социологического подхода, выступает концепция Э. Чемберлина. Социологическое содержание его теории монополистической конкуренции семьдесят лет почти полностью ускользало от внимания как социологов, так и экономистов. Между тем, в интеллектуальной ситуации, когда неоклассическая экономическая теория только подошла к революционной радикализации, произведенной Л. Роббинсом, Чемберлин предложил то, что в этой теории отсутствовало — феноменологию рынка. Пытаюсь исходить из того, как экономические агенты проживают рынок, Чемберлин обратил внимание на то, что продавцы всегда пытаются создать максимально дифференцированный продукт, для которого они будут играть роль монополистов. Дифференциация не может происходить только в ценовом измерении, но предполагает существование множества параметров, по которым могут сравниваться продукты. Если в восприятии потребителя данный продукт будет обладать некоторыми отличительными и значимыми свойствами, продавец окажется в наиболее благоприятной для себя ситуации — ситуации монополии.

Сам Чемберлин отмечает, что к созданию теории его подтолкнула, в частности, необходимость объяснить возрастающую роль рекламы, которая прежде рассматривалась экономической теорией как деятельность несущественная и бессмысленная (Chamberlin 1961: 529). Сегодня, когда число профессионалов рынка, так или иначе способствующих дифференциации продукта, существенно возросло и продолжает расти, взгляд Чемберлина на природу деятельности агентов на рынке позволяет по-новому подойти к ее изучению. И центральное место в этом процессе дифференциации занимают технологии, создаваемые экономической наукой — вывод, который Чемберлин едва ли мог сделать в эпоху, когда он создавал свою теорию. Исследование воздействия этих технологий на хозяйственную жизнь необходимо для социологического анализа дифференциации продукта как ключевого рыночного процесса, который порождает новую экономику — экономику качеств.

Особенность осмысления экономических технологий в концепции перформативности состоит в том, что эти технологии наделяются способностью самостоятельно структурировать взаимодействие агентов, их роль не исчерпывается теми функциями, которыми наделяют их инноваторы, и может даже противоречить этим функциям. Для описания этой частичной автономии технологий Каллон использует понятие «социотехническое устройство» (*dispositif sociotechnique*), которое подразумевает совокупность элементов (людей, техники, материальных объектов, систем коммуникации), связанных определенным образом так, чтобы структурировать выполнение некоторой задачи. При этом деятельная, познавательная и любая другая активность распределена по этому устройству: невозможно выделить

«пользователей» и «исполнителей», устройство не состоит из субъектов и не является субъектом само. Хотя оно и обладает способностью к действию, это действие нельзя назвать сознательным\*.

Таким образом, для изучения социотехнических устройств, способствующих распространению калькулятивности, необходимо обращать внимание на все их элементы — в частности, на материальные объекты, которые входят в их состав. Согласно принципу распределенности действия, такие объекты также будут обладать некой способностью к действию — пусть и неполной, но не уступающей одушевленным агентам. Повышенное внимание к материальным компонентам хозяйственной жизни составляет еще одну отличительную черту экономики качеств как исследовательской программы. Такие объекты играют роль равноправных элементов сетей, которые лучше всего описать как сети влияния, поскольку каждый элемент сети оказывает прямое или косвенное воздействие на другие элементы. Социотехнические устройства призваны модифицировать сети таким образом, чтобы привязывать к ним одни объекты и отвязывать от них другие. Так, калькулятивные устройства обеспечивают отделение одних благ от сети покупателя и привязывание других.

Резюмируя, отметим, что предлагаемый Каллоном понятийный аппарат позволяет рассматривать экономику качеств как теоретический фундамент для экономико-социологического исследования если не хозяйства в целом, то рынков как важнейшего элемента хозяйства. Очевидно, подход Каллона наиболее эффективен там, где хозяйственная деятельность структурируется с помощью калькулятивных устройств. В той или иной мере эти устройства имеют место почти везде\*\*, однако по мере их распространения они начинают оказывать все большее влияние на деятельность экономических агентов. Именно поэтому внимание Каллона привлекают в первую очередь сферы активного распространения новых информационных и коммуникационных технологий, где множатся «профессионалы рынка» (маркетологи, мерчендайзеры, консультанты, промоутеры, бухгалтеры и т.д.). В этих сфе-

---

\* Термин «dispositif» имеет солидную историю в социальных науках и вызывает немалые сложности при переводе. Несмотря на то, что буквальный перевод «устройство» корректен, в русском переводе «Истории сексуальности» М. Фуко он заменен на кальку «диспозитив» (Фуко 1996). Мы используем здесь термин «устройство», поскольку он, с одной стороны, отражает предполагаемую функциональность технологии, а с другой — указывает на производимое упорядочение. Можно отметить, что перевод понятия «dispositif» на английский составляет еще большую сложность, и конвенционального варианта здесь также не выработано. Позже Каллон предположил, что более удачным в теоретическом отношении здесь будет не «dispositif» Фуко, а «agencement» Делеза. Этот термин также обозначает устройство и именно таким образом переводился на русский (Делез, Гваттари 2005). Однако он позволяет сделать акцент на том, что по устройству распределена «агентность». За таким агентным устройством никто не стоит, оно само включает в себя всех агентов и само объясняет свое функционирование. Каллон полагает, что на английский этот термин вообще непереводим (Callon 2007: 320).

\*\* Даже амбар, превращенный в импровизированный магазин, и тарелка для сбора денег могут существенно переопределять взаимодействие (Callon, Latour 1997).

рах были достигнуты наиболее существенные результаты при изучении экономики качеств (см., напр.: Millo 2007; Grabher et al. 2008)), и именно они представляются наиболее перспективными для эмпирического исследования в рамках данного направления.

### Литература

Аболафия М. Рынки как культуры: этнографический подход / Пер. М. Добряковой // *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН, 2004. С. 431–444.

Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // *Избранные произведения*. М.: Прогресс, 1990. С. 61–272.

Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности / Пер. М. Добряковой // *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН, 2004. С. 131–158.

Делез Ж., Гваттари Ф. Ризома («Тысяча плато», глава первая) / Пер. В. Мерлина // *Альманах «Восток»*. 2005. №11/12.

Зелизер В. Социальное значение денег: деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы / Пер. А. Смирнова, М. Добряковой. М.: Дом интеллектуальной книги, ГУ-ВШЭ, 2005.

Остин Дж. Слово как действие // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. 17. Теория речевых актов. М.: Прогресс, 1986.

М. Фуко. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности / Пер. С. Табачниковой. М.: Касталь, 1996.

Akrich M., Callon M., Latour B. A quoi tient le succès des innovations? / *Gérer et comprendre // Annales des Mines*. 1988. No. 11. Pp. 4–17. No 12. P. 14–29.

Aspers P. Theory, reality, and performativity in markets // *American Journal of Economics and Sociology*. 2007. Vol. 66. No.2. Pp. 379–398.

Barnes B. The science-technology relationship: A model and a query // *Social Studies of Science*. 1982. Vol. 12. No.1. Pp. 166–172.

Callon M. Introduction // *The laws of the markets / Ed. by M. Callon*. London: Blackwell, 1998. Pp. 1–57.

Callon M. Why virtualism paves the way to political impotence. A reply to Daniel Miller // *Economic Sociology*. European Electronic Newsletter. 2005. Vol. 6. No. 2. Pp. 3–20.

Callon M. What does it mean to say that economics is performative? // *Do economists make markets? / Ed. by D. MacKenzie, F. Muniesa, L. Siu*. Princeton: Princeton University press, 2007. Pp. 311–357.

Callon M., Latour B. «Tu ne calculeras pas!» — ou comment symétriser le don et le capital // *La revue du MAUSS*. 1997. No. 9 (Comment peut-on être anticapitaliste?).

Callon M., Méadel C., Rabeharisoa V. The economy of qualities // *Economy and Society*. 2002. Vol.31. No. 2. Pp. 194–217.

Callon M., Muniesa F. Economic markets as calculative devices // *Organization Studies*. 2005. Vol. 26. No. 8. Pp. 1229–1250.

Chamberlin E. The origin and early development of monopolistic competition theory // *The Quarterly Journal of Economics*. 1961. Vol. 75. No. 4. Pp. 515–543.

Cochoy F. Another discipline for the market economy: marketing as a performative knowledge and know-how for capitalism // *The laws of the markets / Ed. by M. Callon*. London: Blackwell, 1998. Pp. 194–221.

- Cochoy F. Les sciences du social et leur demande: le cas du marketing // Sciences de la société. 2000. No. 49. Pp. 47–61.
- Didier E. Do statistics «perform» the economy? // Do economists make markets? / Ed. by D. MacKenzie, F. Muniesa, L. Siu. Princeton: Princeton University Press, 2007. Pp. 276–310.
- Grabher G., Ibert O., Flohr S. The neglected king: The customer in the new knowledge ecology of innovation // Economic Geography. 2008. Vol. 84. No.3. Pp. 253–280.
- Granovetter M., McGuire P. The making of an industry: electricity in the United States // The laws of the markets / Ed. by M. Callon. London: Blackwell, 1998. Pp. 147–173.
- Hodgson G. Review essay: Prospects for economic sociology // Philosophy of the Social Sciences. 2008. Vol. 38. No. 1. Pp. 133–149.
- MacKenzie D. The big, bad wolf and the rational market: portfolio insurance, the 1987 crash and the performativity of economics // Economy and Society. 2004. Vol. 33. No. 3. Pp. 303–334.
- MacKenzie D. Is economics performative? Option theory and the construction of derivatives markets // Do economists make markets? / Ed. by D. MacKenzie, F. Muniesa, L. Siu. Princeton: Princeton University Press, 2007. P. 54–86.
- MacKenzie D., Millo Y. Constructing a market, performing theory: The historical sociology of a financial derivatives exchange // American Journal of Sociology. 2003. Vol. 109. No. 1. Pp. 107–145.
- MacKenzie D., Muniesa F., Siu L. Introduction // Do economists make markets? / Ed. by D. MacKenzie, F. Muniesa, L. Siu. Princeton: Princeton University Press, 2007. Pp. 1–19.
- McFall L. Advertising: a cultural economy. London: Sage, 2004.
- Miller D. Turning Callon the right way up // Economy and Society. 2002. Vol. 31. No. 2. Pp. 218–233.
- Miller D. Reply to Michel Callon // Economic Sociology. European Electronic Newsletter. 2005. Vol. 6. No. 3. Pp. 3–13.
- Millo Y. Making things deliverable: The origins of index-based derivatives // Market devices / Ed. by M. Callon, Y. Millo, F. Muniesa. Oxford: Blackwell Publishers, 2007.
- Stark D. Recombinant property in East European capitalism // The laws of the markets / Ed. by M. Callon. London: Blackwell, 1998. Pp. 116–146.
- White H. Where do markets come from? // American Journal of Sociology. 1981. Vol. 87. No. 3. Pp. 517–547.
- Zelizer V. The proliferation of social currencies // The laws of the markets / Ed. by M. Callon. London: Blackwell, 1998. Pp. 58–68.