



полития

Л.Г.Фишман

КОММОДИФИКАЦИЯ КАК ФАКТОР МОРАЛЬНОГО И ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА¹

¹ Статья подготовлена в рамках Исследовательского проекта Института философии и права УрО РАН № 18-6-6-9 «Фундаментальные проблемы правовой и морально-политической регуляции современных обществ в национальном и глобальном аспекте».

Леонид Гершевич Фишман — доктор политических наук, профессор, главный научный сотрудник Института философии и права Уральского отделения РАН (Екатеринбург). Для связи с автором: lfishman@yandex.ru.

Аннотация. В статье предпринята попытка осмысления феномена коммодификации. На сегодняшний день в дискуссиях о коммодификации, как правило, воспроизводятся ключевые установки старых, морализированных споров о капитализме. Коммодификация считается почти исключительно производной от капитализма, достигшей высшего воплощения в неолиберальную эпоху. Это мешает адекватному пониманию данного явления. Последнее гораздо древнее капитализма, поэтому его моральные аспекты значительно шире, чем проблематичные по последствиям влияния капитализма на сферу морали и этики.

Фокус дискуссий о коммодификации во многом определяется широко распространенным мнением, согласно которому при «нормальном» состоянии общества мораль и рынок представляют собой изолированные сферы и рынок разрушает моральные ценности. В статье высказывается и обосновывается тезис об отсутствии между этими областями четкой границы, что открывает возможность для существенно менее однозначных оценок исторической и социальной роли коммодификации. Автор демонстрирует, что во многих случаях денежная оценка выступает в качестве маркера социальной ценности той или иной практики, отмечает универсализирующее и эмансипирующее воздействие коммодификации и раскрывает значение обусловленного ею сокращения сферы бесплатного труда. По его заключению, именно коммодификация способствует первичному формированию общечеловеческих (и просто человеческих) ценностей — в их товарной форме.

В завершающей части статьи анализируется взаимосвязь коммодификации и неолиберальной трансформации капитализма. Зафиксировав произошедшее за последние годы превращение человека в «человеческий капитал», автор трактует это как свидетельство того, что сегодня впервые в истории первичную «экономическую» форму универсальной ценности приобретает человеческое само по себе в полном или близком к полному объеме.

Ключевые слова: коммодификация, капитализм, мораль, неолиберализм, рынок, ценности

Отношение к коммодификации в общественном сознании трудно назвать позитивным или хотя бы нейтральным. Феномен, суть которого заключается в превращении в товар все большего числа видов человеческой деятельности, на эмоциональном уровне вызывает отторжение как у большинства граждан, так и у многих ученых и политических публицистов. Складывается впечатление, что он воспринимается не как нечто объективное и потому заслуживающее взвешенной оценки, а исключительно как моральное явление с сугубо отрицательной смысловой нагрузкой. Не в последнюю очередь это объясняется тем, что коммодификация устойчиво ассоциируется с другим феноменом современности, порождающим отрицательные эмоции, — неолиберализмом.

Неолиберализм часто рассматривается как моральная квинтэссенция капитализма, поскольку он стремится перестроить все общество по образу фабрики или магазина². Он описывается как распространение «экономических» отношений на то, что раньше не покупалось и не продавалось: неолиберальная рациональность торжествует «в государственном управлении и на рабочих местах, в юриспруденции, образовании, культуре и широком поле повседневной деятельности», преобразуя «отчетливо политические характер, смысл и действие фундаментальных элементов демократии в экономические»³. В свою очередь, моральной квинтэссенцией обличаемого с разных сторон неолиберализма оказывается коммодификация, развитие которой не сулит ничего хорошего. Характерны предсказания полной коммодификации человеческой природы, когда товаром станут наши гены, мечты и страхи, а прибыль будет в той же мере извлекаться из тюрем, как из спекуляций продуктами питания⁴. Тотальная коммодификация лежит в основе картины антиутопического будущего, радикально отличающегося от «старого доброго» капитализма, погруженного в социальный и моральный контекст докапиталистических отношений, зависящего от производимого ими «социального капитала», паразитирующего на них — и существенно ограниченного ими⁵. С нею же связывается и окончание золотого века, когда экономика «знала свое место» и не слишком сильно лезла в высокие сферы культуры, образования и политики, которые функционировали по своим собственным правилам. У нас это проявляется в ставшем привычным возмущении по поводу того, что образование и медицина причисляются теперь к сфере услуг, а их работники, соответственно, все чаще расцениваются не как исполнители высокой общественной миссии, а как разновидность обслуживающего персонала.

На каких бы политических позициях ни стояли описывающие коммодификацию в таких категориях, нетрудно заметить, что отношение к ней почти однозначно негативное. Риторика обличения нарастающей продажности во многом имеет общий моралистический пафос. Коммодификация угрожает общественной морали, унаследованной от предков принципам общежития, влечет за собой упадок гражданского духа и препятствует воспроизводству политических и социальных институтов. Экспансия купли-продажи на все новые социальные сферы

² Корсани 2007: 136.

³ Браун 2018: 99.

⁴ Leys 2012.

⁵ Давыдов 2015: 105—106.

свидетельствует о нарастании отчуждения в капиталистическом обществе, дегуманизации общественных отношений. Если послушать обличителей, то до эпохи коммодификации (читай — капитализма) мы жили в мире незамутненных рынком морали, религии, науки, искусства, в обществе в его «исконном» смысле — с аутентичным ценностным содержанием и высочайшим качеством разнообразных общественных благ. Как только эти ценности и блага подверглись коммодификации, они начали терять былое качество, узы социальной солидарности ослабли и продолжают слабеть, и на горизонте маячит крах общества.

Словом, коммодификация преподносится как зло практически во всех сколько-нибудь значимых идеологических дискурсах. Как зло она, как правило, воспринимается и обыденным сознанием, которое настроено относится к коммерциализации того, что раньше не подлежало купле-продаже. Отсюда — ритуальные призывы остановить неолиберализм и коммодификацию. Но стоит ли за этими призывами адекватное понимание того, какую историческую роль коммодификация объективно играет?

Более взвешенную оценку этой роли можно усмотреть у авторов, превозносящих рынок и капитализм. В их интерпретации капитализм предстает как строй, в котором причудливо переплетаются усилия людей, сотрудничающих ради производства ценностей и стоимостей, а всякого рода деятельность нацелена на удовлетворение многообразных человеческих нужд, обеспечивая «расцвет человека» и развитие индивидуальности⁶. Он не только разрушает традиционные устои и обязательства, но и создает новый порядок и выстраивает новые нормы. В духе авторов XVII—XVIII вв. их сегодняшние единомышленники доказывают, что «члены буржуазного общества проявляют постоянную заинтересованность в трудолюбии, честности, самодисциплине и множестве других мелких добродетелей — благодаря которым, возможно, не достигается аристократическое величие, но по крайней мере смягчаются пороки. Личного интереса предпринимателя достаточно для того, чтобы гарантировать: честность... будет продолжать существовать»⁷. Узвизимое место подобного рода апологетики капиталистической коммодификации заключается в том, что «благодарному духу коммерции» тенденциозно приписывается самостоятельное, однозначно позитивное моральное и политическое значение.

Однобокость и не слишком высокая эвристичность критики и апологетики описанного типа уже достаточно давно осознаны. Во всяком случае, в экономической социологии они уступают место более или менее беспристрастному анализу⁸. Однако на уровне общественного сознания и публицистики обращение к проблематике коммодификации остается одномерно идеологизированным, а сама коммодификация все еще выглядит жупелом.

Причина такого положения вещей в значительной мере заключается в том, что коммодификация ассоциируется почти исключительно с капитализмом и трактуется как феномен, достигающий наивысшего

⁶ Беседа 2012: 34—35.

⁷ Фукуяма 2003: 347.

⁸ Бердышева 2012.

воплощения в неолиберальную эпоху, рассматриваемую как период реставрации классового господства буржуазии. Поэтому коммодификация практически неизменно предстает как тотальная альтернатива всему высокоморальному — и при этом как «улица с односторонним движением», то есть нечто, всегда работающее на привилегированных и богатых. Располагая заведомо большими финансовыми возможностями, нежели прочие члены общества, они заинтересованы в тотальной коммерциализации, поскольку она позволяет им распространить собственное могущество на все области социального и политического. В свою очередь, роль классов эксплуатируемых выглядит в основном пассивной. Они не более чем жертвы навязанной сверху коммодификации, к которой вынуждены приспособливаться и которая никогда не идет им во благо и не может служить инструментом в моральной и идеологической борьбе за их права. Все эти предрассудки, на наш взгляд, мешают адекватному осмыслению коммодификации.

В настоящей статье, исходя из того, что коммодификация древнее капитализма, мы прежде всего постараемся показать, что она не является чем-то «аморальным», а, напротив, играет огромную роль в моральной эволюции обществ. Мы будем описывать коммодификацию как социальный феномен, который, как и многие другие, малопродуктивно оценивать в терминах морального или аморального, если мы хотим приблизиться к пониманию его исторического значения.

Далее мы попытаемся обосновать, что коммодификация — не «улица с односторонним движением» и служит оружием в идеологической и экономической борьбе как правящих, так и эксплуатируемых классов, причем последние нередко заинтересованы в ней едва ли не больше первых. Наконец, мы рассмотрим, какие роли и каким образом коммодификация играет в настоящее время.

* * *

В истории человечества не только «моральное», но даже «священное» нередко выражалось в денежном и ином рыночном эквиваленте. Мы можем наблюдать это по меньшей мере со времен древнего Шумера и Египта, где храмы, помимо прочего, выступали в качестве экономических и административных центров. Исторически и социально мораль и рынок не изолированные друг от друга пространства, в одном из которых господствуют «этические и прочие социальные мотивы», а в другом — безразличный к вопросам нравственности homo economicus⁹. Напротив, «самые разные рынки представляют собой морализованные и морализующие сущности»¹⁰. На рынках обращаются товары, и, как подчеркивал Карл Маркс, все они удовлетворяют человеческие потребности. «Природа этих потребностей — порождаются ли они, например, желудком или фантазией — ничего не изменяет в деле»¹¹. Словом, области морали и рынка есть, в сущности, одна и та же сфера, имеющая дело с «ценностями», вокруг которых складывается общество: рыночные цены суть система социальных значений, отражающих социальные

⁹ Боулз 2016: 105.

¹⁰ Бердышева 2012: 73.

¹¹ Маркс 2015: 65. Маркс не случайно тут ссылается к Николасу Барбону, для которого «большая часть вещей имеет стоимость потому, что удовлетворяет потребности духа» (Barbon 1696: 3).

¹² Бердышева
2012: 78.

ценности¹². Мораль и рынок часто не конкурируют, а скорее подменяют и дополняют друг друга в тех случаях, когда по отдельности не могут служить эффективными регуляторами. В современных обществах многое имеет одновременно денежную цену и моральную ценность. Например, труд университетского преподавателя хотя и оплачивается деньгами, в большей степени оценивается с точки зрения его морального значения, которое «бесценно». Однако вряд ли кто-нибудь будет оспаривать, что низкие зарплаты профессоров можно интерпретировать как симптом снижения общественного престижа науки, а их повышение, наоборот, как попытку этот престиж повысить.

¹³ Atkinson 2009.

Поэтому в определенном смысле экономика — моральная наука¹³, и следует согласиться с Фрэнсисом Фукуямой, утверждающим, что между экономическим и моральным обменом не существует непреодолимой границы. Фукуяма резонно замечает, что у нас нет достаточных оснований считать рыночный обмен независимым от морали взаимодействием в противовес взаимному альтруизму: «Теоретически единственным различием между этими двумя ситуациями является наличие или отсутствие временного интервала при осуществлении обмена. При рыночном взаимодействии обмен происходит одновременно, тогда как в ситуации взаимного альтруизма один человек может даровать благо и не предполагать никакой немедленной отдачи»¹⁴.

¹⁴ Фукуяма 2003:
354.

Между сферами моральных (а следовательно, и политических — в той мере, в которой в эпоху Модерна моральные дискурсы вырастают из идеологических) и рыночных ценностей нет четкой границы. Роль коммодификации здесь сводится к тому, что она отражает как процесс разрушения или преобразования старых моральных ценностей, так и процесс формирования ценностей новых (когда они осознаны как общезначимые в их первоначальной товарной форме). В этом случае «цена» имеет не только экономическое значение, выступая маркером новой (или старой) общезначимой ценности. Таким маркером является, в частности, «вознаграждение» за воздержание от курения, за соблюдение диеты, прием лекарств, хорошую успеваемость, чтение книг и т.д. В оптике традиционной критики коммодификации дело выглядит так, как будто последняя вторгается в работающую систему моральных стимулов и подменяет их¹⁵. Но что если в ряде ситуаций она остается единственным воспринимаемым людьми способом указать на важность какой-то социальной практики, на значимость какой-то старой ценности? *Когда разрушается отлаженная и дифференцированная система моральных «традиционных ценностей», ее место отчасти занимает менее дифференцированная, но гораздо более универсальная система денежной оценки.*

¹⁵ Сэндел 2013: 68.

«Цена» выступает в качестве эквивалента, которым меряют то, что раньше не продавалось, но в чем не исчезла потребность. В этих случаях коммодификация есть симптом ситуации, когда социальное и политическое значение некоей ценности *еще* очевидно, но ее морально-идеологические обоснования *уже* устарели. Например, в нынешней России

(и не только в ней) отсылки к политической сознательности и прочим гражданским добродетелям не слишком эффективны в плане обоснования необходимости посещать выборы. Показательно, что подобные отсылки все чаще заменяются откровенным подкупом избирателей путем прямой раздачи денег или продуктовых наборов либо (в менее явной версии) формирования патрон-клиентских отношений между политической партией и ее электоратом. Не менее показательна и набирающая во всем мире силу тенденция к отказу от призывных армий в пользу контрактных: националистически-патриотическая мотивация тут тоже вытесняется или отчасти замещается материальной. (В последнем случае мы имеем дело с еще одним важнейшим аспектом коммодификации — сокращением сферы бесплатного труда, — к которому обратимся позже.)

В современном мире коммодификация играет ряд ролей, которые не исчерпываются привычными представлениями критиков и апологетов капитализма и неолиберализма. Выражаясь предельно кратко, *коммодификация часто служит тем мостом, по которому в мир морали, этики и политики приходят новые ценности, первоначально попадающие в фокус нашего внимания благодаря тому, что они обретают денежную цену.*

Например, современные процессы коммодификации в сфере *искусства* отражают ситуацию, когда реальная ценность все возрастающего числа относящихся к этой сфере явлений не может быть адекватно описана в терминах «духовного». Она описывается в товарных категориях «новой рациональности», «которые представлены отсутствием серьезности и стремлением придать творческой деятельности большую осмысленность в отношении к действительному идейному содержанию духа эпохи»¹⁶.

¹⁶ Никитина 2015: 131.

Другое проявление указанной роли коммодификации мы обнаруживаем на примере *коммерциализации религии*. Так, Брайан Тернер отмечает, что глобализация способствует распространению личной духовности, которая обладает субъективным, персонализированным значением. Новые религиозные феномены «также могут включать терапевтические или оздоровительные аспекты либо обещание личностного роста посредством медитации»¹⁷. То есть религия «выжила не столько как рефлексивная вера, говоря словами Канта, сколько в форме культов здоровья и благополучия (health and wealth cults), предлагающих целый спектр услуг для удовлетворения многообразных посюсторонних человеческих потребностей»¹⁸. Можно предположить, что, когда сегодня говорят о демократизированной и коммерциализированной «бедной вере»¹⁹, тем самым описывают некоторые *новые* процессы ценностного порядка, которые разворачиваются в рамках существующих религиозных институтов или под их культурными брендами. Возможно, эта вера выглядит «бедной» лишь вследствие неправомерного сравнения с традиционной верой. В действительности же она является феноменом, имеющим к «вере» и «религии» лишь косвенное отношение, и потому «богатой» сама по себе.

¹⁷ Тернер 2012: 39.

¹⁸ Там же: 24.

¹⁹ Эшштейн 2013: 21.

²⁰ Аббасова 2018.

Сходным образом на языке «удовлетворения многообразных по-сторонних человеческих потребностей» может быть описана и ком-модификация в сфере *интимных отношений*. В европейской культуре коммодификация проституции сыграла огромную роль в изменении отношения к женщине. Как подчеркивает Самира Аббасова, «прости-тутка — образ многогранный и очень противоречивый. Измерить про-ституцию, явление, которое существовало всегда, с древнейших времен и до сегодняшнего дня, такими узкими категориями, как „жертва“ или, наоборот, „куртизанка“, невозможно. И не стоит. Потому что рядом с их бедностью всегда было богатство, рядом с насилием — сексуальная свобода, а рядом с обыденностью — искусство»²⁰. На примере прости-туции можно проследить, как локальная и высокая ценность женщи-ны, нашедшая выражение в практиках храмовой проституции Древне-го мира, сменилась отчасти более универсальной, но сугубо денежной ценностью дешевой проститутки-«порнаи», а отчасти косвенным при-знанием за женщиной сопоставимого с мужским человеческого до-стоинства (в виде особого статуса гетер). Противоречивое отношение к проституции в Средние века отражает ситуацию, когда некий комплекс социально необходимых практик (например, психотерапевтических, пре-дотвращающих семейную измену и т.д.), обладающих ценностью в общем смысле слова, не может быть вписан в господствующий моральный дис-курс и потому оценивается посредством денег. Известная романтизация проституции художниками и писателями в более позднее время, начиная с XVIII в., еще нагляднее указывает на то, что соответствующая практика, по-прежнему оцениваемая деньгами, в ближайшем будущем будет при-знана социально и морально ценной. Ее денежная оценка имеет не только «экономическую» природу, но является маркером еще недостаточно от-рефлексированной социально значимой моральной ценности. В на-стоящее же время обнаруживается, что агенты коммодифицированных интимных отношений далеко не всегда могут быть осмыслены как «жерт-вы» торговли сексуальными услугами, а их практики плохо объясняются в рамках традиционных дихотомий, противопоставляющих христианскую (и прочую «высокоморальную») любовь и финансовую выгоду. По спра-ведливому замечанию Николь Констебль, глобализация не просто влечет за собой большую коммодификацию сексуальных, брачных и репродуктив-ных отношений; она также открывает возможности для определения новых видов отношений и переопределения пространств, значений и выражений интимности, которые могут «трансформировать и превзойти обычные ген-дерные пространства и нормы»²¹.

²¹ Constable 2009: 58.

Еще один пример подготавливающей приход новых ценностей роли коммодификации — современная *коммодификация тела*. Когда на ры-нок устремляются «вещи» вроде эмбрионов, химер и других гибридных сущностей, генов и геномных последовательностей, возникает потреб-ность в регулировании ранее не существовавших социальных отноше-ний²². Здесь мы имеем дело с тем, как некий новый феномен приобре-тает рыночную цену, что служит отправной точкой для дискуссий уже

²² Попова 2016: 145.

в области права и морали. В правовых и этических дебатах «происходит своеобразное „возвращение“ человеку его отчужденного тела, которое выражается в установлении процедур, призванных обеспечить защиту его личностной воплощенности»²³.

²³ Там же: 146.

Таким образом, на коммодификацию вряд ли стоит возлагать вину за разрушение и вытеснение моральных норм. Более того, в целом ряде случаев денежная оценка играет роль *маркера социальной ценности* какой-либо практики.

Отсюда вытекает следующая роль коммодификации — *универсализирующая*. Иначе говоря, посредством коммодификации постепенно вырабатываются действительно общезначимые и потенциально общечеловеческие ценности.

«Большое общество» обычно не обладает моральными механизмами, которые бы обеспечивали его воспроизводство столь же эффективно, как это происходит в малых локальных сообществах, где люди могут рассчитывать на проявления солидарности со стороны клана, племени, общины. Как точно заметил когда-то Адам Смит, «не от благожелательности мясника, пивовара или булочника ожидаем мы получить свой обед, а от соблюдения ими своих собственных интересов. Мы обращаемся не к их гуманности, а к их эгоизму, и никогда не говорим им о наших нуждах, а об их выгодах»²⁴.

²⁴ Смит 2008: 28.

Другими словами, сугубо моральные ценности «большого общества» («гуманность») слишком слабы, чтобы обеспечить его функционирование. Эту функцию и берет на себя коммодификация, соединяющая сообщество посредством рыночных связей, более сильных, чем универсальные моральные, хотя и более слабых, чем локальная добродетель. В терминологии Маркса в дело вступает «взаимная и всесторонняя зависимость безразличных по отношению друг к другу индивидов», выраженная в меновой стоимости, которую как свою связь с обществом индивид «носит с собой в кармане» в виде денег²⁵. По степени эмоциональной насыщенности денежная (рыночная) ценность уступает моральным: связь людей посредством рынка не подразумевает глубокой эмпатии. Однако там, где моральные ценности не справляются со своей ролью, их отодвигают в сторону ценности потребительные, которые имеют такое же непосредственное отношение к удовлетворению человеческих нужд, как и самые возвышенные моральные максимы. Цены, еще не ставшие ценностями «большого общества», нередко разрушают архаичные миры, вырывая людей из «теплых» локальных сообществ. Но не следует забывать, что эти эмоционально насыщенные сообщества на поверку оказываются также очень репрессивными и жестокими к своим членам — и в гораздо большей степени, чем рынок²⁶.

²⁵ Маркс и Энгельс 1968: 99—100.

²⁶ Риддл 2015: 170.

Так или иначе, если локальная ценность начинает обмениваться на некий всеобщий эквивалент, она превращается во всеобщую. Денежная цена — первый маркер ценности уровня «большого общества» или даже «общечеловеческой». Она выступает мерилем значимости того, что ранее предоставлялось только членам локальных сообществ за

их лояльность. Можно возразить, что ряд неосязаемых вещей, например верность, честь и т.п., имеет универсальную значимость и без денежной оценки. Но эта универсальность неизбежно поверхностна, поскольку в своем конкретном выражении всегда погружена в локальный культурный контекст. Выглядящие универсальными ценности в разных культурах понимаются во многом по-разному и, лишь будучи превращены в товар, становятся по-настоящему «общечеловеческими», в этом своем качестве превосходящими любые ценности иного рода. Последнее справедливо и применительно к системам ценностей, которые *претендуют* на универсальность, выходящую за рамки локальных культур, в том числе к мировым религиям и идеологиям. Популярность и влияние исповедуемых ими ценностей бывают очень велики, и все же по масштабу общепризнанности те вряд ли могут сравниться с золотом, серебром или долларом.

С этой точки зрения рабовладение в Древнем мире было первой версией признания человеческой жизни универсальной ценностью. До того, как известно, пленников обычно убивали, а еще раньше человек обладал ценностью только внутри локального племенного сообщества, ибо представители других племен в принципе не считались людьми. То, что человеческая жизнь еще долго имела денежный эквивалент (например, в законах Хаммурапи или в многочисленных варварских «Правдах»), не только демонстрирует, сколь длительным был путь к признанию ее универсальной ценностью, но и позволяет понять, как это происходило. С очень давних пор денежная оценка того, что нельзя купить за деньги, имеет широкое распространение в сфере правосудия. Например, здоровье сложно эквивалентно оценить деньгами — однако юридическая практика веками подразумевала и подразумевает правомерность денежных компенсаций за утрату здоровья по чьей-то вине. Еще более показательны так называемые моральные компенсации, предполагающие прямую конвертацию «ценности» в «цену». Следует также отметить, что денежная и вообще материальная оценка деяний, значение которых не сводится к чистой «экономике», начиная с наград за военную доблесть и платы за спасение души в виде жертвоприношений или индульгенций и заканчивая поощрениями за трудовые подвиги, — обычное дело с весьма удаленных от нас веков.

* * *

Все сказанное выше являлось в известной мере апологией коммодификации, призванной продемонстрировать ее *в конечном счете* позитивную историческую роль. Однако описание этой роли не будет полным без рассмотрения ее аспекта, имеющего непосредственное отношение к области политического. Речь идет о неуклонном сокращении в общественной и экономической жизни *сферы бесплатного труда*, который в большей степени выгоден привилегированным группам, чем эксплуатируемым, что, в свою очередь, всегда имеет широкие политические последствия.

Любой исторически известный эксплуататор, будь то глава патриархальной крестьянской семьи, рабовладелец, феодал или капиталист, заинтересован в сохранении возможно большего числа разного рода даровых ресурсов. Под последними мы понимаем ресурсы, стоимость которых неизбежно входит в издержки производства обладающих потребительной полезностью продуктов труда, но не учитывается как нечто само собой разумеющееся — вроде воздуха или солнца. Эксплуататору выгодно, чтобы даровые ресурсы максимально долго оставались таковыми. И это не только реки, в которые можно сливать отходы производства, леса, земля, экологическая среда в широком смысле и т.д., то есть нечто материальное, с течением времени обретающее стоимость. К ним относятся также моральные и нравственные установки, заставляющие младших подчиняться старшим, женщин — мужчинам, простолюдинов — аристократам, мирян — Церкви и т.п. Это, в более узком смысле, трудовая этика как часть культуры, которая, будучи продуктом предшествующего докапиталистического и капиталистического развития, в одних случаях больше, а в других меньше благоприятствует прогрессу торговли и промышленности, способствует формированию «плохих» или «хороших» общественных институтов. С этой точки зрения совсем не удивительна склонность господствующих классов к морализаторству (в том числе и по поводу нарастающей коммодификации!). Объективная роль его сводится к тому, чтобы культурные факторы, из которых извлекается прибыль, оставались бы в области если не сакрального (о денежной оценке которого говорить кощунственно), то высокоморального либо освященного веками обычая безвозмездного труда на благо общины, сюзерена, семьи, Церкви и т.п.

Эта ситуация выглядит терпимой, пока сами привилегированные классы тоже многое делают «для общества» за свой счет и безвозмездно. Но когда их господство приобретает отчетливо паразитический характер, ответом зависимых от них групп становится борьба, нацеленная на перевод социальных связей на язык товарно-денежных отношений. Первый шаг в сторону коммодификации делается господствующими классами, которые, скажем, мечтают продавать на рынке больше продуктов труда своих крестьян, не меняя при этом квазипатриархальных отношений с ними. Но второй делают уже трудящиеся, которые продвигают коммодификацию дальше, чем того хотелось бы их господам, и настаивают на том, чтобы теперь продавать то, что ранее они отдавали бесплатно. На смену барщине приходит оброк, на смену рекрутчине (на войне) и службе по долгу вассала и простолюдина (в гражданской жизни) — наем. Словом, начинается постепенное сокращение объема социальных и политических рент феодальной аристократии, которые, собственно, и основывались на эксплуатации того, что предкам ее представителей досталось *бесплатно*.

Помимо этого, пока торжество капитализма не стало явным, более или менее полный переход в сферу товарно-денежных отношений (продажи плодов своего труда и даже самих себя) становится средством

существования отдельных социальных и этнических групп. Эти группы в той или иной степени маргинальны — как евреи в средневековой Европе, наемники, бродячие артисты, вообще люди науки и искусства. Принципиально здесь то, что добровольно или вынужденно они выходят за пределы отношений, которые обязывали их многое делать бесплатно для своего господина или какого-то сообщества (общины, гильдии и т.д.). Отвергло ли их это сообщество, или сами они его покинули, моральные обязательства перед ним теперь воспринимаются только как основание для сверхэксплуатации. И это основание отмечается в пользу прозрачного рыночного обмена труда и умений на деньги.

Показательно, что нарастание масштабов коммодификации труда идет параллельно с изменением отношения к нему, с превращением его в одну из доминирующих моральных ценностей. В античных обществах, где практически нет рынка *труда per se*, его ценностью пренебрегают: моральной ценностью наделяется не труд вообще, а, по словам Цицерона, лишь конкретные его виды — вроде труда свободных землевладельцев, крупных торговцев и т.п.²⁷ Там, где эти рынки только начинают возникать, как в обществах средневековых, ценность труда все еще относительна — как одного из средств спасения души. И лишь там, где рынок труда сложился, где труд всякого человека имеет денежную цену, он становится центральным божеством в «религии труда и капитала»²⁸, обретая универсальную моральную ценность в «обществе труда»²⁹. Укореняется образ жизни, когда трудолюбие ожидается от всех классов, которые рассматриваются как потребители всевозможных товаров, а те, в свою очередь, служат удовлетворению человеческих страстей и желаний³⁰. Если, по словам Дэвида Юма, «все на свете приобретается трудом»³¹, значит, *труд стал своего рода универсальным товаром, обладающим денежным и моральным значением, и является источником одновременно стоимости, цены и ценности*. Само возведение труда на пьедестал «божества» и превращение его в универсальную ценность морально и идеологически легитимируют стремление трудящихся во всех случаях добиваться справедливой его оплаты: ставший священным труд не должен быть безвозмездным.

Значение этого морального и политического переворота настолько всеобъемлюще, что накладывает свой отпечаток на сам национальный язык. «Низкий», экономизированный язык эпохи Модерна, конечно же, плохо согласуется с привычным для правящих классов морализаторством на темы добродетели, религии, патриотизма, долга перед обществом. Зато он больше подходит для носящей универсальный характер борьбы против неравенства, для критического анализа легитимирующих власть дискурсов и т.д.³² Таким образом, коммодификация становится инструментом в руках угнетенных, с помощью которого они постепенно сокращают сферу бесплатного для своих эксплуататоров.

Это постепенное сокращение сферы бесплатного (для господствующих классов) тесно связано с проблематикой эмансипации и социализации. Нередко считается, что все, что стало товаром, автоматически попало в орбиту капитализма и обратилось в средство порабощения.

²⁷ Ранович б.г.

²⁸ Лафарг 2012.

²⁹ Кастель 2009: 417.

³⁰ Фрис 2016:119.

³¹ Цит по: Там же.

³² Heller 2010: 102.

Тем не менее исторически коммодификация, особенно когда речь идет о высвобождении человека из пут отживших или более неприемлемых социальных отношений, оказывается орудием эмансипации. Как писал в «Записках из мертвого дома» Федор Достоевский, «деньги — это чеканенная свобода». Справедливость этих слов подтверждается множеством примеров: именно продажа тела вызволяет гетеру из стен гинекея, продажа картин избавляет художника от зависимости от меценатов, продажа рабочей силы освобождает трудящегося от оков «традиционных» социальных общностей. Поэтому и последовательное отторжение коммодификации далеко не всегда равнозначно эмансипации. То, что в принципе не способно коммодифицироваться, скорее всего, имеет сугубо индивидуальное или локальное значение, не обладая ни рыночной стоимостью, ни всеобщей ценностью. Более того, полный отказ от коммодификации на индивидуальном уровне влечет за собой выключение из важных социальных практик³³. На уровне локальных культур это приводит к почти полной эксклюзии из глобального сообщества. Напротив, коммодификация локальной культуры в значительной мере конструирует ее образ, помещая присущие ей ценности в универсальную товарную упаковку, хотя и может вызывать недовольство яростных приверженцев нетронутой культурной идентичности. Скажем, то, что в рамках афроцентризма изначально преподносилось как «наша история, мифология, основная созидательная идея и характер, показывающий нашу коллективную волю», «торжество африканского духа» и т.д., становится частью «афроцентричного маркетинга» — коммерческой деятельности, направленной на коммодификацию и распространение образов, символов и симулякров Африки³⁴. Разумеется, этот процесс сопровождается сетованиями по поводу «забвения своего происхождения», «продажи белым», «девальвации африканских идеалов» и т.п.³⁵ Но выход за ограду культурного гетто требует своей платы.

В любом случае роль коммодификации в современном мире нельзя свести ни к простому и однозначно негативному замещению неких истинно моральных ценностей низменными рыночными ценами, ни к столь же однозначному порабощению подлинно человеческого рынком. В мире, где налицо дефицит универсальных ценностей и частное потребление становится формой выражения этических предпочтений, приобретает значение так называемое этическое потребление и не остается «ничего в социальности, аксиологии, политике и так далее, что бы не имело коррелята, альтер эго в потребительских товарах»³⁶. Как заметил Альберт Хиршман, «распространение капиталистических форм во многом связано с не менее отчаянным поиском механизмов предотвращения распада общества, угроза которого была постоянной в силу очень шатких механизмов внутреннего и внешнего порядка»³⁷.

И сегодня, как и раньше, коммодификация способствует стихийному формированию «механизмов предотвращения распада общества» и, служа инструментом достижения целей попеременно господствующими и угнетенными классами, содействует социальному прогрессу.

³³ Pröschel 2012: 24—25.

³⁴ Хохолькова 2016: 29—32.

³⁵ Voodoo s.a.

³⁶ Овруцкий 2011: 63.

³⁷ Хиршман 2012: 188.

* * *

Морально-политическое содержание нашей эпохи во многом определяется тем, что глобальная экономика как универсальная сфера оценивания уже существует, в то время как универсальной системы собственно «моральных» ценностей еще нет. Но это означает не вытеснение рынком морали, а то, что глобальность и универсальность морали не доросли до универсальности рынка, что мироэкономика еще не «достроена» ни мирополитикой, ни глобальной этикой³⁸.

³⁸ Мартьянов 2012: 87–88.

Следствием такого положения вещей является противоречивость содержания морально-идеологической революции эпохи неолиберализма. Неолиберализм исходит из своего рода гомологии человека и коммерческой организации: «и люди, и государства устроены по образу современной компании, и те и другие должны в своем поведении стремиться к максимизации своего капитала в настоящем и в будущем, и те и другие практикуют с этой целью предпринимательство, саморазвитие и (или) привлечение инвесторов»³⁹. Стремление к «максимизации своего капитала» неоднозначно с моральной точки зрения, поскольку находится на пересечении универсальной морали «общечеловеческих ценностей» и локальной «этики добродетели»⁴⁰. Оно подразумевает моральный оппортунизм, так как влечет за собой необходимость конформистского встраивания в локальные структуры с их корпоративной этикой, какой бы она ни была. Вместе с тем критерии успешности такого встраивания всегда универсальны, ибо они описываются на глобальном языке цены и стоимости «человеческого капитала», которые в совокупности выступают мерилем ценности и самоуважения человека-предпринимателя.

³⁹ Браун 2018: 110.

⁴⁰ Фишман и Мартьянов 2016.

Иными словами, неолиберальная коммодификация, разрушая общечеловеческие ценности и ценности «больших обществ», только на первый взгляд ведет к торжеству локальной этики добродетели. На самом деле это скорее не добродетель, а имитация таковой. Ее имитационный характер обусловлен присутствием на заднем плане «экономических» маркеров, указывающих на новую универсальную систему ценностей, еще не облеченную в привычные моральные категории.

Неолиберальной коммодификации ставят в вину ее всеохватность: человек целиком — от телесного здоровья до личных связей — воспринимается как «человеческий капитал», в который нужно постоянно инвестировать. Подобное приобретение человеком первичной формы универсальной ценности пока осмысливается в экономических категориях. Но, как уже говорилось, денежная оценка нередко является маркером несводимой только к «экономике» ценности. На заре цивилизации продажа человека за деньги стала предвестием всеобщего признания ценности хотя бы человеческой жизни. В эпоху индустриального капитализма устами либерализма и социализма была провозглашена в качестве универсальной ценность человека *per se*. В действительности это была забегающая вперед идеологическая декларация, поскольку

реальную ценность человек имел преимущественно как трудящийся, солдат или потребитель, то есть как нечто необходимое государству и экономике. И если теперь экономике нужен *весь* человек, не означает ли это, что впервые в истории первичную «экономическую» форму универсальной ценности приобретает человеческое само по себе в полном или близком к полному объеме?

Исходя из сказанного, можно предположить, что сейчас происходит некий моральный поворот, свидетельствующий о формировании настоящих общечеловеческих ценностей, а не их идеологизированной либерально-гуманистической версии, унаследованной нами от периода после Второй мировой войны. Однако о содержании подлинных общечеловеческих ценностей все еще остается только гадать. С относительной уверенностью можно говорить лишь о том, что именно инициирует становление этих ценностей. Это коммодификация.

* * *

Каким образом моральные следствия коммодификации в неолиберальную эпоху способны перерасти в политические?

Выше мы уже указали на историческую роль коммодификации, заключающуюся в постепенном сокращении сферы бесплатного труда и прочих даровых ресурсов. В случае капитализма эта роль проявляется особенно ярко. Несмотря на то что капиталисты заинтересованы в расширении номенклатуры товаров, которые можно *продать*, это не означает их заинтересованности в таком же расширении номенклатуры того, что нужно *покупать*. Однако пожелания капиталистов относительно пределов коммодификации — не единственные и не всегда решающие. Вначале капиталисты могут наслаждаться извлечением ренты из даровых ресурсов, в том числе культурных и моральных. Но история не делает для них исключения — наступает момент, когда коммодификация заходит дальше, чем хотелось бы капиталистам. Ее дальнейший виток — уже заслуга трудящихся и эксплуатируемых, начинающих экономическую, моральную и политическую борьбу *за сокращение сферы бесплатного*. Коммодификация труда, следствием которой становится требование платы за то, что ранее исполнялось по моральным и прочим подобным соображениям, аналогична взиманию платы с предпринимателей за использование природных ресурсов общего пользования.

Прежде всего секуляризируется трудовая этика, сводясь к добросовестному исполнению должностных инструкций согласно трудовым договорам, — это уже не работа по зову возвышенно-неопределенного и невыразимого в деньгах «призвания» или ради спасения души. Рост политического самосознания рабочих начиная с первой половины XIX в. во многом связан с тем, что они примеряют к себе трудовую теорию стоимости Давида Рикардо и на этом основании требуют *полной* оплаты своего труда или говорят о праве «на полный продукт труда», как в Готской программе германских социал-демократов. Но

еще больше сфера бесплатных моральных и иных ресурсов сокращается во второй половине XX в. по мере становления социальных государств, где капиталисты вынуждены хотя бы частично платить за образование, воспитание, лечение, рекреацию и удовлетворение иных потребностей рабочей силы, то есть за все ранее бывшее для них даровым ресурсом, воспроизводство которого целиком возлагалось на самих работников или на «общество». Тем самым все, что трудящемуся человеку было предоставлено «бесплатно», на практике обрело статус не только ценности, но и стоимости. Это означало новый гигантский скачок коммодификации, бенефициарами которой стали трудящиеся, со всеми вытекающими отсюда разнообразными политическими последствиями. И это же, что характерно, вызвало всплеск консервативно-либертарианского морализаторства на тему социального иждивенчества и нравственной деградации развращенной государственным патернализмом рабочей силы, требующей слишком уж трепетного к себе отношения.

Неолиберализм с этой точки зрения представляет собой реакцию на описанное выше сокращение пространства бесплатного, i.e. даровых ресурсов. Неолиберальная социальная и экономическая политика обычно описывается как экспансия коммодификации в те сферы, в которых она ранее не была замечена. Но с тем же основанием ее можно описывать как попытку отчасти восстановить утраченные ранее области бесплатного, отчасти создать новые. Трудящимся просто перестают платить за то, за что раньше платили (или платят в меньшем объеме, если речь идет о сокращении социальных гарантий). Делается это посредством *реморализации трудовой этики*: чтобы быть успешными на рынке труда, работники должны культивировать в себе все возрастающий набор личностных качеств (быть креативными, динамичными, мобильными, уметь «работать с людьми» и проч.). Но платят им (в подавляющем большинстве случаев) по-прежнему за конкретную работу, и все чаще работу непостоянную, не сопровождающуюся заключением долговременного трудового договора, предоставлением соцпакета и т.д. Прекаризированный трудящийся — это трудящийся, вновь ставший в значительной мере даровым или стремительно дешевающим ресурсом. Показательно, что в рамках распространенных дискурсов ему, даже не преследуя прямо такой цели, говорят, что он потерял изрядную часть своей ценности — в силу развития передовых технологий, роботизации, автоматизации, внедрения нового софта и т.д. В подобного рода рассуждениях современное общество описывается как переходное к посткапитализму с почти достигнутой материальной базой для такого перехода. Правда, из этих рассуждений опять-таки вытекает, что большинство людей не обладают уже никакой экономической ценностью — им нечего продать, их труд в обозримом будущем будут выполнять роботы. Иными словами, мы имеем дело с дискурсами, представляющими расширение сферы бесплатного как объективную

технологическую данность и таким образом de facto остающимися в неолиберальном русле.

Какие выводы отсюда следуют? Когда-то считалось, что отмена государства при коммунизме произойдет через невиданное его усиление. Сегодня есть основания полагать, что и коммодификация преодолеет себя посредством *тотальной* коммодификации, очередные шаги по направлению к которой могут быть сделаны в ближайшее время.

Показательно, что отстаивающий интересы прекариата Гай Стэндинг не соглашается с лозунгом лейбористов «Труд не товар», призывает «улучшить статистику, показывающую, сколько работы делается», и требует, по сути, «полной товаризации труда»⁴¹. И действительно, если ущемленные современным капитализмом социальные группы сегодня в чем-то объективно заинтересованы, так это вовсе не в борьбе с коммодификацией, а, напротив, в расширении ее сферы. Правомерно ожидать, что, как и раньше, попытка эксплуататоров расширить пространство бесплатного повлечет за собой моральную, идеологическую и политическую реакцию, смысл которой будет заключаться в требовании платы за все «человеческое» разом. В конечном счете человечество придет к тому, что люди нужны друг другу прежде всего для создания комфортной социальной среды — и уже одно это является достаточной причиной для предоставления социальных гарантий всем и каждому. Пока мы видим первые симптомы этого морального и идеологического поворота, имеющие утрированные и нередко карикатурные формы. Прекаризирующиеся слои трудящихся стремятся получить ренту в виде «безусловного базового дохода»; различного рода приниженные социальные группы позиционируют себя в качестве жертв дискриминации и на этом основании тоже пытаются выторговать для себя ренту; правые популисты добиваются ренты для коренных граждан в ущерб «понаехавшим»; женщины требуют платы за домашний труд, указывая на его экономическое значение, и т.д. Словом, мы имеем дело с требованиями платы за то, что ранее рассматривалось как не подлежащее оплате в силу само собой разумеющихся соображений. Не исключено, что все это — предвестники ответного девятого вала коммодификации, который смоеет временно выгороженную неолиберализмом сферу бесплатного. Вместе с тем не исключено и то, что, как и предыдущий вал времен расцвета социального государства, он будет выглядеть и описываться как нечто коммодификации противоположное, как торжество гуманистической морали над равнодушным к человеку капиталистическим рынком.

⁴¹ Стэндинг 2014: 282.

Библиография

Аббасова С. (2018) *Проституція крізь призму мистецтва: від античних богинь до паризьких куртизанок*. URL: <https://commons.com.ua/uk/prostitutuciya-kriz-prizmu-mistectva-vid-antichnih-bogin-do-parizkih-kurtizanok/> (проверено 08.11.2018).

Бердышева Е.С. (2012) «От критики к аналитике: коммодификация жизненно важных благ как актуальная исследовательская проблема в новой экономической социологии» // *Экономическая социология*, т. 13, № 1: 67—85.

«Беседа Т.Дж.Палмера с Д.Мэкки». (2012) // Палмер Т.Дж., ред. *Нравственность капитализма: То, о чем вы не услышите от преподавателей*. М.: Новое изд-во: 25—36.

Боулз С. (2016) «Моральная экономика: почему хорошие стимулы не заменят хороших граждан» // *Экономическая социология*, т. 17, № 4: 100—128. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2016/09/30/1122157089/ecsoc_t17_n4.pdf (проверено 03.02.2019).

Браун В. (2018) «Разрушение демократии: как неолиберализм преобразовывает государство и субъекта» // *Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре*, № 4: 99—129.

Давыдов Д.А. (2015) «Теория социального капитала как часть капиталистического дискурса: проблемы и альтернативы» // *Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук*, т. 15, вып. 1: 99—110.

Кастель Р. (2009) *Метаморфозы социального вопроса: Хроника наемного труда*. СПб.: Алетейя.

Корсани А. (2007) «Капитализм, биотехнонаука и неолиберализм: Информация к размышлению об отношениях между капиталом, знанием и жизнью в когнитивном капитализме» // *Логос*, № 4 (61): 123—143.

Лафарг П. (2012) *Право на лень. Религия капитала*. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ».

Маркс К. (2015) *Капитал: Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1: Процесс производства капитала*. М.: Политическая энциклопедия.

Маркс К. и Ф.Энгельс. (1968) *Сочинения*. Т. 46. Ч. 1. М.: Политиздат.

Мартыанов В.С. (2012) «Глобальный Модерн: от мироэкономики к мирополитике» // *Мировая экономика и международные отношения*, № 6: 80—89.

Никитина А.А. (2015) «Коммодификация искусства как новый тип рациональности» // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. Серия: Социальные науки*, № 4 (40): 127—132.

Овруцкий А.В. (2011) «Социально-философский анализ экономического сознания» // *Вестник Балтийского федерального университета им. И.Канта*, вып. 6: 59—65.

Попова О.В. (2016) «Человек, его цена и ценность: к проблеме коммодификации тела в научном познании» // *Эпистемология и философия науки*, т. 49, № 3: 140—157.

Ранович А.Б. *Первоисточники по истории раннего христианства*. URL: http://jhistory.nfurman.com/lessons10/ranovich02_10.htm (проверено 08.11.2018).

Ридли М. (2015) *Рациональный оптимист*. М.: Эксмо.

Смит А. (2008) *Исследование о природе и причинах богатства народов*. М.: Директмедиа паблишинг.

Стэндинг Г. (2014) *Прекариат: новый опасный класс*. М.: Ад Маргинем Пресс. URL: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2016/05/prekariat-novyy-opasnyj-klass.pdf> (проверено 03.02.2019).

Эндел М. (2013) *Что нельзя купить за деньги: Моральные ограничения свободного рынка*. М.: Манн, Иванов и Фербер.

Тернер Б. (2012) «Религия в постсекулярном обществе» // *Государство, религия, церковь в России и за рубежом*, № 2 (30): 21–51.

Фишман Л.Г. и В.С.Мартьянов. (2016) «Этика добродетели для новых сословий: трансформация политической морали в современной России» // *Вопросы философии*, № 10: 58–68.

Фрис Я. де. (2016) *Революция трудолюбия: Потребительское поведение и экономика домохозяйств с 1650 года до наших дней*. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС.

Фукуяма Ф. (2003) *Великий разрыв*. М.: АСТ.

Хиршман А.О. (2012) *Страсти и интересы: Политические аргументы в пользу капитализма до его триумфа*. М.: Изд-во Института Гайдара.

Хохолькова Н.Е. (2016) «Афроцентричный маркетинг: опыт коммодификации идей» // *Вестник Ярославского государственного университета им. П.Г.Демидова. Серия: Гуманитарные науки*, № 4: 29–32.

Эпштейн М. Н. (2013) *Религия после атеизма: Новые возможности теологии*. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА. URL: https://imwerden.de/pdf/epstein_religiya_posle_ateizma_2013.pdf (проверено 03.02.2019).

Atkinson A.B. (2009) «Economics as a Moral Science» // *Economica*, vol. 76, no. 2: 791–804.

Barbon N. (1696) *A Discourse Concerning Coining the New Money Lighter. In Answer to Mr. Locke's Considerations about Raising the Value of Money*. London: Printed for Richard Chiswell.

Constable N. (2009) «The Commodification of Intimacy: Marriage, Sex, and Reproductive Labor» // *Annual Review of Anthropology*, vol. 38: 49–64.

Heller M. (2010) «The Commodification of Language» // *Annual Review of Anthropology*, vol. 39: 101–114.

Leys C. (2012) *Commodification: the Essence of Our Time*. URL: <https://www.opendemocracy.net/en/opendemocracyuk/commodification-essence-of-our-time/> (accessed 08.11.2018).

Pröschel N. (2012) *Commodification and Culture: How Can Culture Be Economically Used without Selling It Out?* Bachelor Thesis. Vienna: Modern University. URL: <https://www.modul.ac.at/uploads/files/Theses/Bachelor/Thesis-2012-Proeschel-Natascha.pdf> (accessed 03.02.2019).

«Voodoo: Culture to Commodification» // *SOCI 210 Caribbean Society and Culture*. URL: <http://wordpress.susqu.edu/soci210/voodoo-culture-to-commodification/> (accessed 08.11.2018).



L.G. Fishman
**COMMODIFICATION
 AS FACTOR OF MORAL
 AND POLITICAL PROGRESS**

Leonid G. Fishman — Doctor of Political Science; Professor; Chief Researcher at the Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (Yekaterinburg). Email: lfishman@yandex.ru.

Abstract. The article attempts to understand the phenomenon of commodification. Today, discussions on commodification usually reproduce the key points of the old, moralized debates about capitalism. Commodification is considered almost exclusively a derivative of capitalism that reached its highest triumph in the neoliberal era. This prevents an adequate understanding of this phenomenon. Commodification is much older than capitalism, therefore its moral aspects are much broader than the effects of capitalism on the sphere of morality and ethics.

The focus of discussions on commodification is largely determined by the widespread opinion that in a “normal” state of the society morality and market are isolated areas, and market destroys moral values. The article expresses and justifies the argument that there is no clear boundary between these areas, which opens up a possibility for significantly less univocal assessments of the historical and social role of commodification. The author demonstrates that in many cases the monetary value serves as a benchmark for the social value of a particular practice, emphasizes the universalizing and emancipating effect of commodification, and reveals the meaning of a reduction of free labor caused by commodification. According to his conclusion, it is commodification that contributes to the primary formation of universal (and simply human) values — in their commodity form.

In the final part of the article the author analyzes the relationship between commodification and neoliberal transformation of capitalism. Having documented the transformation of an individual into “human capital” over the recent years, the author interprets this trend as being indicative of the fact that today, for the first time in history, the “human” as it is, in its full, or almost full, volume, acquires a primary “economic” form of the universal value.

Keywords: commodification, capitalism, morality, neoliberalism, market, values

References

Abbasova S. (2018) *Prostyutsija kriz' pryзму mystetsva: vid antychnykh bogin' do paryzhskyykh kurtyzanok* [Prostitution through the Prism of Art: from Ancient Goddesses to Parisian Courtesans]. URL: <https://commons>.

com.ua/en/prostitiya-kriz-prizmu-mistectva-vid-antichnih-bogin-do-parizkih-kurtizanok/ (accessed 08.11.2018). (In Ukr.)

Atkinson A.B. (2009) “Economics as a Moral Science” // *Economica*, vol. 76, no. 2: 791—804.

Barbon N. (1696) *A Discourse Concerning Coining the New Money Lighter. In Answer to Mr. Locke's Considerations about Raising the Value of Money*. London: Printed for Richard Chiswell.

Berdysheva E. (2012) “Ot kritiki k analitike: kommodifikatsija zhiznenno vazhnykh blag kak aktual'naja issledovatel'skaja problema v novej ekonomicheskoy sotsiologii” [From Criticism toward Analytics: Commodification of Vital Goods as an Actual Research Problem in the New Economic Sociology] // *Ekonomicheskaja sotsiologija* [Journal of Economic Sociology], vol. 13, no. №1: 67—85. (In Russ.)

“Beseda T.Dzh.Palmera s D.Mekki” [T.G.Palmer's Interview with D.Mackie]. (2012) // Palmer T.G., ed. *Nravstvennost' kapitalizma: To, o chem vy ne uslyshite ot prepodavatelej* [The Morality of Capitalism]. Moscow: Novoe izd-vo: 25—36. (In Russ.)

Bowles S. (2016) “Moral'naja ekonomika: pochemu khoroshie stimuly ne zamenjat khoroshikh grazhdan” [The Moral Economy: Why Good Incentives Are No Substitute for Good Citizens] // *Ekonomicheskaja sotsiologija* [Journal of Economic Sociology], vol. 17, no. 4: 100—128. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2016/09/30/1122157089/ecsoc_t17_n4.pdf (accessed 03.02.2019). (In Russ.)

Brown W. (2018) “Razrushenie demokratii: kak neoliberalizm preobrazovyvaet gosudarstvo i sub'ekta” [The Destruction of Democracy: How Neoliberalism Transforms the State and the Subject] // *Neprikosnovennyj zapas. Debaty o politike i kul'ture* [NZ: Debates on Politics and Culture], no. 4: 99—129. (In Russ.)

Castel R. (2009) *Metamorfozy sotsial'nogo voprosa: Khronika naemnogo truda* [Les Metamorphoses de la question sociale: Une chronique du salariat]. St Petersburg: Aletheia. (In Russ.)

Constable N. (2009) “The Commodification of Intimacy: Marriage, Sex, and Reproductive Labor” // *Annual Review of Anthropology*, vol. 38: 49—64.

Corsani À. (2007) “Kapitalizm, biotekhnologiya i neoliberalizm: Informatsija k razmyshleniju ob otnoshenijakh mezhdu kapitalom, znanijem i zhizniju v kognitivnom kapitalizme” [Capitalism, Biotechnoscience, and Neoliberalism: Food for Thought about the Relationship between Capital, Knowledge and Life in Cognitive Capitalism] // *Logos*, no. 4: 123—143. (In Russ.)

Davydov D. (2015) “Teorija sotsial'nogo kapitala kak chast' kapitalisticheskogo diskursa: problemy i al'ternativy” [Social Capital Theory as a Part of Capitalist Discourse: Problems and Alternatives] // *Nauchnyj ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdelenija Rossijskoj akademii nauk* [Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Science], vol. 15, issue 1: 99—110. (In Russ.)

Epstein M. (2013) *Religija posle ateizma: Novye vozmozhnosti teologii* [Religion after Atheism: New Opportunities of Theology]. Moscow: AST-PRESS

KNIGA. URL: https://imwerden.de/pdf/epstein_religiya_posle_ateizma_2013.pdf (accessed 03.02.2019). (In Russ.)

Fishman L.G. and V.S.Martianov. (2016) “Etika dobrodeteli dlja novykh soslovij: transformatsija politicheskoy morali v sovremennoj Rossii” [Ethics of Virtue for New Estates: Transformation of Political Morality in Modern Russia] // *Voprosy filosofii* [Problems of Philosophy], no. 10: 58–68. (In Russ.)

Fukuyama F. (2003) *Velikij razryv* [The Great Disruption]. Moscow: AST. (In Russ.)

Heller M. (2010) “The Commodification of Language” // *Annual Review of Anthropology*, vol. 39: 101–114.

Hirschman A. (2012) *Strasti i interesy: Politicheskie argumenty v pol'zu kapitalisma do ego triumfa* [The Passions and the Interests: Political Arguments for Capitalism before Its Triumph]. Moscow: Izd-vo Instituta Gajdara. (In Russ.)

Khokholkova N.E. (2016) “Afrotsentrichnyj marketing: opyt kommodifikatsii idej” [Afrocentric Marketing: the Experience of the Commodification of Ideas] // *Vestnik Jaroslavskogo gosudarstvennogo universiteta im. P.G.Demidova. Serija: Gumanitarnye nauki* [Bulletin of P.G.Demidov Yaroslavl State University. Humanities Series], no. 4: 29–32. (In Russ.)

Leys C. (2012) *Commodification: the Essence of Our Time*. URL: <https://www.opendemocracy.net/en/opendemocracyuk/commodification-essence-of-our-time/> (accessed 08.11.2018).

Lafargue P. (2012) *Pravo na len'. Religija kapitala* [Le Droit à la paresse. La religion du capital]. Moscow: Knizhnyj dom “LIBROKOM”. (In Russ.)

Marx K. (2015) *Kapital: Kritika politicheskoy ekonomii. T. 1. Kn. 1: Protsess proizvodstva kapitala* [Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie. Band I. Buch I: Der Produktionsprozeß des Kapitals]. Moscow: Politicheskaja entsiklopedija. (In Russ.)

Marx K. and F.Engels. (1968) *Sochinenija* [Collected Works]. Vol. 46. Part 1. Moscow: Politizdat. (In Russ.)

Martianov V. (2012) “Global'nyj Modern: ot miroekonomiki k miropolitike” [Global Modern: from World Economics to World Politics] // *Mirovaja ekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija* [World Economy and International Relations], no. 6: 80–89. (In Russ.)

Nikitina A.A. (2015) “Kommodifikatsija iskusstva kak novyj tip ratsional'nosti” [Commodification of Art as a New Type of Rationality] // *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I.Lobachevskogo. Serija: Sotsialnye nauki* [Bulletin of Nizhny Novgorod University. Social Sciences], no. 4 (40): 127–132. (In Russ.)

Ovrutsky A.V. (2011) “Sotsial'no-filosofskij analiz ekonomicheskogo soznaniya” [The Socio-Philosophical Analysis of Economic Consciousness] // *Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im. I.Kanta* [Bulletin of Immanuel Kant Baltic Federal University], issue 6: 59–65. (in Russ.)

Popova O. (2016) “Chelovek, ego tsena i tsennost': k probleme kommodifikatsii tela v nauchnom poznanii” [Human's Price and Value: The Problem of Body Commodification in the Context of Scientific Knowledge] //

Epistemologija i filosofija nauki [Epistemology & Philosophy of Science], vol. 49, no. 3: 140—157. (In Russ.)

Pröschel N. (2012) *Commodification and Culture: How Can Culture Be Economically Used without Selling It Out?* Bachelor Thesis. Vienna: Modern University. URL: <https://www.modul.ac.at/uploads/files/Theses/Bachelor/Thesis-2012-Proeschel-Natascha.pdf> (accessed 03.02.2019).

Ranovich A.B. *Pervoistochniki po istorii rannego khristianstva* [Primary Sources in the History of Early Christianity]. URL: http://jhistory.nfurman.com/lessons10/ranovich02_10.htm (accessed 08.11.2018). (In Russ.)

Ridley M. (2015) *Ratsional'nyj optimist* [The Rational Optimist]. Moscow: Eksmo. (In Russ.)

Sandel M. (2013) *Chto nel'zja kupit' za den'gi: Moral'nye ogranichenija svobodnogo rynka* [What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber. (In Russ.)

Smith A. (2008) *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov* [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]. Moscow: Direktmedia publishing. (In Russ.)

Standing G. (2014) *Prekariat: novyj opasnyj klass* [The Precariat: The New Dangerous Class]. Moscow: Ad Marginem Press. URL: <http://spkurdyumov.ru/uploads/2016/05/prekariat-novyj-opasnyj-klass.pdf> (accessed 03.02.2019). (In Russ.)

Turner B. (2012) “Religija v postsekuljarnom obshchestve” [Religion in a Post-Secular Society] // *Gosudarstvo, religija, tserkov' v Rossii i za rubezhom* [State, Religion, Church in Russia and Abroad], no. 2 (30): 21—51. (In Russ.)

Vries J. de. (2016) *Revolutsija trudoljubija: Potrebitel'skoe povedenie i ekonomika domokhozjajstv c 1650 goda do nashikh dnei* [The Industrious Revolution: Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present]. Moscow: Izdatel'skij dom “Delo” RANKhiGS. (In Russ.)

“Voodoo: Culture to Commodification” // *SOCI 210 Caribbean Society and Culture*. URL: <http://wordpress.susqu.edu/soci210/voodoo-culture-to-commodification/> (accessed 08.11.2018).