

МОНОЛОГИ, ДИАЛОГИ, ДИСКУССИИ

УДК 329.12

DOI: 10.17223/1998863X/56/26

Л.Г. Фишман

МОРАЛЬ И КАПИТАЛИЗМ: КОНЕЦ ДАРМОВОГО РЕСУРСА?

Статья посвящена анализу некоторых аспектов положения, которое занимает мораль в политических, философских, религиозных и научных дискурсах, посвященных капитализму. Описана парадоксальная ситуация, связанная с тем, что в этих дискурсах моральные ценности описываются одновременно как товар и не-товар. Выдвигается предположение, что истоки данной ситуации связаны с необходимостью использования морали как «дармового ресурса» на ранних этапах развития капитализма. Рассматриваются ключевые тенденции в области экономики и идеологии, свидетельствующие об истощении этого «дармового ресурса».

Ключевые слова: капитализм, мораль, товар, коммодификация, неолиберализм.

У капитализма традиционно сложные отношения с моралью. Они обусловлены тем, что в господствующих политических и научных дискурсах капитализм (рынок) не способен сам по себе обеспечить индивида действительно сильной моральной мотивацией. Капитализму парадоксальным образом соответствует кантовское представление о действительно моральном действии как действии, лично не заинтересованном по определению. С этой точки зрения капиталистический рынок, агенты которого руководствуются императивом максимизации прибыли, не может породить никакой достойной этого звания собственно «морали». И даже если мы не столь категоричны и признаем присущую капиталистическому рынку негативную свободу в качестве моральной ценности, то она слаба именно как *моральная*. Большая часть попыток описать капиталистический рынок как источник самостоятельных моральных ценностей (прежде всего, негативной свободы) исходит из представления о человеке как максимизаторе прибыли. Но это верно лишь для меньшей части общества – предпринимателей, тогда как большая часть агентов на рынке таковыми не является. Трудящиеся вовсе не обязательно рассматривают себя как максимизаторов прибыли хотя бы потому, что получают не ее, а заработную плату. Словом, какими бы яркими ни были выступления апологетов капиталистических рынков как генераторов моральных ценностей, вроде Айн Рэнд, эта точка зрения остается уделом меньшинства. Для большинства капитализм легитимируется только как нечто ограниченное моралью извне, причем сама мораль в деньгах не оценивается.

Таким образом, специфически моральная мотивация фактически исключается из поведения человека на рынке. Если мораль на нем имеет значение, то либо внешнее, либо узко инструментальное. В последнем случае имеется в виду то, что рынок вознаграждает не собственно «моральное» поведение, а лишь следование таким конвенциональным нормам поведения на рынке, ко-

торые призваны обеспечить для большинства его агентов достижение прибыли. Конечно, никто не может помешать индивиду на рынке вести себя более морально, чем требуется. Но это «избыточная моральность» – и этим все сказано [1. Р. 414–417].

Мы здесь хотим обратить внимание на то, что в итоге на уровне господствующих идеологием не создается сильных предпосылок для приписывания морали экономической ценности. Моральная *ценность* принципиально не рассматривается как нечто способное конвертироваться в рыночную *цену*: добродетель – сама себе награда. Ряд влиятельнейших идеологических дискурсов (от христианских до социалистических) основывается на прямом отрицании товарности моральных ценностей. В радикальной постановке вопроса моральные ценности – не товары, но то, что либо прямо противостоит, либо ограничивает сферу товарных отношений. Более того, нередко считается, что капитализм только и способен существовать, если его ограничивает сфера нетоварной морали (христианской, традиционной, демократически или социалистически идеологизированной и т.д.); капитализм эволюционирует под давлением этой морали и пр.

В то же время издавна ведутся разговоры о продаже всего при капитализме – в том числе и моральных ценностей. Еще Маркс писал: «Наконец, пришло время, когда все, на что люди привыкли смотреть как на неотчуждаемое, сделалось предметом обмена и торговли и стало отчуждаемым. Это – время, когда даже то, что дотоле передавалось, но никогда не обменивалось, дарилось, но никогда не продавалось, приобреталось, но никогда не покупалось, – добродетель, любовь, убеждение, знание, совесть и т.д., – когда все, наконец, стало предметом торговли. Это – время всеобщей коррупции, всеобщей продажности, или, выражаясь терминами политической экономии, время, когда всякая вещь, духовная или физическая, сделавшись меновой стоимостью, выносится на рынок, чтобы найти оценку, наиболее соответствующую ее истинной стоимости» [2. С. 28].

Мораль как товар и не-товар

Иными словами, при капитализме *мораль одновременно признается одним из товаров и отрицается в качестве такового*.

Чем обусловлено такое до сих пор актуальное, парадоксальное положение морали в дискурсах, как легитимирующих, так и критикующих капитализм? И будет ли этот парадокс когда-либо преодолен?

Такое положение, на наш взгляд, обусловлено наследием ранних этапов развития капитализма. В данном случае мы имеем дело с базовым уровнем буржуазной идеологии¹, исторически предназначенным для «внутреннего употребления», т.е. для легитимации капитализма в глазах членов обществ, в которых капитализм зародился автохтонно, а не был привнесен извне (страны центра капиталистической миросистемы). Почему описанная выше парадоксальная ситуация остается чрезвычайно важной для легитимации и становления капитализма?

¹ Под буржуазной идеологией в данном случае мы подразумеваем совокупность политических, религиозных, моральных дискурсов, способствующих воспроизводству капитализма как общественного строя.

Капиталистическая стратегия максимизации прибыли естественным образом заинтересована в сокращении расходов. Капитализм, таким образом, нацелен на поиск ренты под видом честной прибыли с труда и капитала [3]. Поэтому максимально возможное количество используемых ресурсов должно быть дешевым, а желательно и вовсе дармовым, по крайней мере, пока общество и государство не переведут их в разряд платных. С этой точки зрения исключение морали из рынка является одним из ключевых условий для развития капитализма – и далеко не только в том смысле, что это снимает моральные барьеры в погоне за прибылью. Это также означает и **переведение морали в категорию дармового ресурса** – ресурса, который в действительности **присутствует на рынке как образующий стоимость товаров фактор, но подчеркнуто игнорируется, не учитывается**. Отголосок этого мы видим еще у М. Вебера в его тезисе о развитии духа капитализма как *непреднамеренного следствия* эволюции протестантской морали и религии. Действительно, какой разговор может быть о рыночной стоимости морали, если ее реципиенты видят «в труде и интенсивном предпринимательстве свой долг перед Богом» [4. С. 204]?

Это одна, возможно, такая же непреднамеренная, как развитие духа мирской аскезы из религиозной, – стратегия превращения морали в дармовой ресурс. Другая, которая имеет место быть и сегодня [5, 6], заключается в приписывании рынку мощного генерирующего мораль значения – «рынок дал миллиардам смысл жизни, шанс на веру и надежду путем непосредственного участия в создании вещей для рынка» [7]. Этот имеющий давнюю историю ход мысли начинается с того, что дух коммерции смягчает нравы, продолжает тем, что работные дома избавляют пролетариев от порока лени, а фабрика воспитывает в них аккуратность и дисциплину и т.д. И это в какой-то мере подтверждается историей. Столетие-полтора назад, как иронично замечает Ха-Джун Чхан, «японцы были ленивыми, а не трудолюбивыми; чрезмерно независимого склада... а не преданными «тружениками-муравьями»; эмоциональными, а вовсе не непроницаемыми; беспечными, а не серьезными; живущими сегодняшним днем, а не строящими планы на будущее... немцы были праздными, а не эффективными; индивидуалистами, а не склонными к сотрудничеству; эмоциональными, а не рациональными; туповатыми, а не толковыми; бесчестными и вороватыми, а не законопослушными; беззаботными, а не дисциплинированными» [8]. Что избавило немцев и японцев от этих неприглядных черт? Конечно, капитализм! И такие же благодеяния он оказал и другим народам. Словом, предполагается, что соответствующая качественной наемной рабочей силе (и вообще модерну) мораль изначально не существует и формируется самим капитализмом в людях ради их же собственного и общественного блага. Таким образом, общество должно быть благодарно капитализму за моральное совершенствование и как бы не само доплачивать ему за это.

Какими бы разными ни казались описанные выше два дискурса относительно соотношения капитализма и морали, результат на базовом уровне буржуазной идеологии один: *мораль в обоих случаях не учитывается как источник стоимости товаров*. С ней примерно такая же ситуация, какая до недавних пор была с «невидимостью женщин» [9. С. 88–89] в экономической науке: с одной стороны, вроде бы очевидно, что их домашний труд и выпол-

нение ряда социальных ролей имеет огромное экономическое значение; с другой – его веками не учитывают и почти не пытаются оценивать в деньгах, поскольку он как бы не относится к сфере «экономики». Так же и по тем же причинам обстоит дело и с моралью. Ее роль как экономического фактора очевидна на уровне здравого смысла. Так, еще со средних веков, если не с античности, труд добросовестного, следующего, к примеру, гильдейским моральным кодексам работника оценивается выше, чем труд бездельника. Позже капиталист требует от своих работников прилежания, трудолюбия, честности и пр., резонно полагая, что иначе он не извлечет из их труда достаточного количества прибавочной стоимости. Но на рынке мораль официально не стоит ничего. В лучшем случае моральные качества производителей товаров подразумеваются в качестве одного из источников рыночной цены, если речь заходит о «репутации» или «бренде». Тем не менее обычно говорится об оплате «труда», «квалификации», о вознаграждении «изобретательности» и «инициативы» (если речь идет о предпринимателе), но не моральных качеств производителя товара или услуги. И все это происходит под аккомпанемент рассуждений о недопустимости сведения морали к товару, о бесценности моральных ценностей, о высоком значении бескорыстного служения обществу и т.д., с которыми мы имеем дело и сегодня.

Мораль как дорогой всемирно-исторический товар

Картина сильно меняется, когда мы переходим к идеологическим и научным дискурсам, в которых капиталистические общества с их моралью рассматриваются в глобальном историческом и политическом контексте, когда речь заходит об экономическом (и не только) оправдании доминирования развитых капиталистических стран. Тут мы сталкиваемся с *фактическим* признанием огромной денежной (по крайней мере «экономической») цены определенных моральных ценностей. Мораль, чья цена с негодованием игнорируется на уровне идеологии «для внутреннего употребления», начинает почти открыто описываться как источник стоимости (сравнительно более высокой капитализации) на другом уровне идеологии. Такое обычно происходит при сравнении экономической эффективности и прогрессивности капитализма и предшествующего ему общественного строя, особенно при сравнении передовых и отсталых стран. Иными словами, мораль почти буквально приобретает огромную *цену* во всемирно-историческом контексте. В ранней идеологической версии признания этой цены моральное превосходство Запада объявляется чуть ли не главным источником экономических и политических преимуществ. Дух империализма в значительной мере определяется этим специфическим сочетанием морального преимущества в хозяйстве и такого же преимущества в военной области. Передовые народы подавляют своих противников в экономике и на поле боя также и своим моральным превосходством «белого» «цивилизованного» человека. И что, в таком случае, как не мораль, является источником «империалистической ренты» [10] – разницы между уровнями оплаты труда в центре мирового капитализма и на его периферии?

Ослабленный вариант этого сплава империалистического самодовольства и морально-экономической калькуляции мы обнаруживаем в современных вариациях реалистической или волонтаристской парадигм, описываю-

ших культурные и институциональные предпосылки «успешной экономики» (капитализма). В реалистической парадигме культурные картины мира порождают (или не порождают) рыночные институты; капитализм процветает в одних моральных и культурных контекстах, но спотыкается в других. С волюнтаристской точки зрения, наоборот, заимствование пронизанных «правильной» моралью экономических и политических институтов может стать достаточной причиной для достижения процветания: «нужны лишь правильные ингредиенты и политическая воля, чтобы воплотить план в действие» [11. С. 160].

В любом случае как в изначальном империалистическом дискурсе, так и в его сравнительно вегетарианских вариациях (вроде «культура имеет значение») мораль *оплачивается* опосредованно на глобальном уровне, являясь источником своего рода морально-империалистической ренты. Разумеется, большая часть ее достается элитам, но свою долю в качестве «крошек с барского стола» получают и остальные – как члены передовой морально-экономической общности.

Конец дармовщины?

Сохранится ли в буржуазном идеологическом дискурсе подобное парадоксальное отношение к морали в дальнейшем? Есть основания предполагать, что в обозримом будущем товарность морали будет признана *на всех уровнях* буржуазной идеологии, большинством доминирующих политических, экономических, научных дискурсов.

Так, популярная критика неолиберальной коммодификации обличает ее в распространении «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» [12. С. 99]. Предсказывается полная коммодификация человеческой природы, когда товаром станут наши гены, мечты и страхи, а прибыль будет извлекаться из тюрем в такой же мере, как из спекуляций основными продуктами питания [13]. Критиками капитализма неолиберальная коммодификация описывается как уже практически актуально всеохватная: человек целиком, от его телесного здоровья до личных связей, начинает осмысливаться как «человеческий капитал», в который нужно постоянно инвестировать. Но даже если отложить в сторону критический пафос, то трудно не замечать новейшей тенденции, которая заключается, по словам Дж. Малагана, в формировании «экономики отношений»: «поражает не рост использования технологий облачного хранения и обработки данных или геномной терапии, но, скорее, переход от экономики, состоящей из вещей, из производства, продажи и потребления, к экономике, основанной на отношениях, обслуживании и заботе» [14. С. 228]. Так, в развитых экономиках уже сейчас в образовании, здравоохранении, туризме и т.д. занято больше людей, чем в производстве. И при этом основная их деятельность связана не с использованием каких-то новых технологий, а подразумевает предложение клиенту «заботы», «дружбы», «понимания», «общения» и даже «близости» – всего того, что невозможно не только эффективно продавать, но и в принци-

пе производить, если производитель услуги не обнаруживает в себе ряда соответствующих моральных качеств.

В то же время на уровне социальной теории, прежде всего экономической социологии, достаточно давно уже стало мейнстримом описывать мораль и рынок как глубоко переплетающиеся сферы [15]. Современная экономическая социология дистанцируется от некогда популярных предположений о том, что экономическое поведение по своей природе является асоциальным [16. Р. 141].

Казалось бы, от этого остается только один шаг до фактического признания морали товаром.

Проблема заключается в том, что полное признание товарности морали означает исчезновение важнейшего для капитализма дармового источника стоимости. С этой точки зрения давно высказываемое негодование и сожаление ввиду тенденции к полной коммодификации моральных ценностей вызвано страхом перед тем, что дармовой ресурс заканчивается и постепенно истощится совсем. Зеркальная разновидность выражения этого страха заключается в сетованиях по поводу утраты «трудовой этики», а также ряда других укорененных в культуре моральных качеств, ранее обеспечивавших динамизм и высокую конкурентоспособность западной культуры [17. С. 10–11]. Здесь страх и сожаление высказываются как раз по поводу обесценивания моральной компоненты рабочей силы – так товарность морали признается по принципу от противного.

В любом случае мы имеем дело с глобальным феноменом тотальной коммодификации, когда товаром постепенно начинает признаваться все – от культуры в широком смысле слова до морали как ее части. Ведь если культура и мораль имеют не только «значение», но и цену, то это оправдывает требования со стороны работников *платить еще и за это*. Иными словами, то, что сейчас осмысливается как неолиберальная коммодификация все новых сфер жизни, имеет свою оборотную сторону: она подразумевает и для трудящихся моральное право требовать платы «за все».

Но возможность потребовать платы «за все» означает очередной подкуп не только под капитализм, но и под сопутствующие ему политические институты, которые также нуждаются в дармовой морали в виде бескорыстного гражданского духа. Однако социально-политические последствия окончательного исчезновения дармовой морали – тема отдельного исследования.

Литература

1. *Ci T.* Justice, Freedom, and the Moral Bounds of Capitalism // *Social Theory and Practice*. Vol. 25, № 3 (Fall 1999). P. 409–438.
2. *Маркс К.* Нищета философии. М.: ОГИЗ. ГОСПОЛИТИЗДАТ, 1941. 184 с.
3. *Фишман Л.Г., Давыдов Д.А.* От капитализма к рентному обществу? // *Полития*. 2015. № 1. С. 39–54.
4. *Вебер М.* Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
5. *Нравственность капитализма. То, о чем вы не услышите от преподавателей.* М.: Новое издательство, 2012. 138 с.
6. *Рэнд А.* Апология капитализма. М.: Новое лит. обозрение, 2003. 360 с.
7. *Маклоски Д.* Умирание с понедельника по пятницу: делает ли нас труд рабами капитализма. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/16951-umiranie-s-ponedelnika-po-pyatnitsu-delaet-li-nas-trud-rabami-kapitalizma> (accessed: 01.02.2019).

8. Ха-Джун Чхан. Недобрые самаритяне: Миф о свободе торговли и тайная история капитализма. 2008. URL: http://worldcrisis.ru/files/1613511/chang_bad_samaritans_%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4_2.Pdf (accessed: 01.02.2019).
9. Вулли Ф. Феминистский вызов неоклассической экономической теории // Thesis. 1994. Вып. 6. С. 77–100.
10. Амин С. Траектория исторического капитализма и призвание марксизма в третьем мире. URL: http://scepis.net/library/id_3642.html (accessed: 01.02.2019).
11. Фуркад М., Хили К. Моральные воззрения на рыночное общество // Символическая власть: социальные науки и политика. Socio/ЛОГОС'2011. М. : Университетская книга, 2011. С. 127–186.
12. Браун В. Разрушение демократии: как неолиберализм преобразовывает государство и субъекта // Неприкосновенный запас. 2018. № 4. С. 99–129.
13. Leys C., Harriss-White B. Commodification: the essence of our time. URL: www.opendemocracy.net/ourkingdom/colin-leys-barbara-harriss-white/commodification-essence-of-our-time (accessed: 08.11.2018).
14. Малган Дж. Саранча и пчела: Хищники и творцы в капитализме будущего. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2014. 400 с.
15. Бердышева Е.С. От критики к аналитике: коммодификация жизненно важных благ как актуальная исследовательская проблема в новой экономической социологии // Экономическая социология. 2012. Т. 13, № 1. С. 67–85.
16. Macekura S., Mcorrie C., Cebul B., Ticona J., Maiers C., Elias A., O'Connor J., Schrum E. The Relationship of Morals and Markets Today: A Review of Recent Scholarship on the Culture of Economic Life // An Interdisciplinary Journal. 2016. Vol. 99, № 2. P. 136–170.
17. Феллс Э. Массовое процветание: Как низовые инновации стали источником рабочих мест, новых возможностей и изменений. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2015. 472 с.

Leonid G. Fishman, Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (Yekaterinburg, Russian Federation).

E-mail: lfishman@yandex.ru

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science. 2020. 56. pp. 300–307.

DOI: 10.17223/1998863X/56/26

MORALITY AND CAPITALISM: DEPLETION OF THE FREE RESOURCE?

Keywords: capitalism; morality; commodity; commodification; neoliberalism.

The article analyzes some aspects of the position of morality regarding political, philosophical, religious, and scientific discourses devoted to capitalism. The paradoxical situation of these discourses is that they describe moral values simultaneously as a commodity and a non-commodity. On the one hand, exclusion of morality from the market is one of the key conditions for the development of capitalism, and not only in the sense that it removes moral barriers in pursuit of profit. It also means the transfer of morality into the category of a free resource. This resource is actually present on the market as a cost factor, but is pronouncedly ignored, not considered. On the other hand, for the ideological and scientific discourses that analyze capitalist societies in a global historical context, the picture is completely different. Here we face the actual recognition of the enormous monetary value of certain moral values. The authors of these discourses almost openly describe morality, whose price is ignored at the level of ideology “for internal use”, as a source of value. Overall, the authors recognize that morality is paid indirectly at the global level, being the source of a kind of a moral-imperialist rent. In conclusion, the author of the article raises the question: will a similar paradoxical attitude to morality continue in ideological discourses that legitimize capitalism? He suggests that in the foreseeable future most of the dominant political, economic, and scientific discourses will recognize moral marketability. One can see the consideration of some trends in the field of economics and ideology, testifying to the actual recognition of morality as a commodity, i.e. to the depletion of morality as a “free resource”. Political consequences of this can be quite ambitious: if morality has not only value but also price, this implies a moral right of workers to demand payment “for everything”.

References

1. Ci, T. (1999) Justice, Freedom, and the Moral Bounds of Capitalism. *Social Theory and Practice*. 25(3). pp. 409–438. DOI: 10.5840/soctheorpract199925324

2. Marx, K. (1941) *Nishheta filosofii* [The Poverty of Philosophy]. Translated from German. Moscow: OGIZ; GOSPOLITIZDAT.
3. Fishman, L.G. & Davydov, D.A. (2015) From capitalism to rent society? *Politiya – Politeia*. 1. pp. 39–54. (In Russian). DOI: 10.30570/2078-5089-2015-76-1-7-39-54.
4. Weber, M. (1990) *Izbrannye proizvedeniya* [Selected Works]. Translated from German. Moscow: Progress.
5. Palmer, T. (ed.) (2012) *Nravstvennost' kapitalizma. To, o chem vy ne uslyshite ot predovavateley* [The Morality of Capitalism: What Your Professors Won't Tell You]. Translated from English by M. Korobochkin. Moscow: Novoe izdatel'stvo.
6. Rand, A. (2003) *Apologiya kapitalizma* [Apology of Capitalism]. Translated from English. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.
7. Maklosski, D. (n.d.) *Umiranje s ponedel'nika po pyatnitsu: delaet li nas trud rabami kapitalizma* [Dying from Monday to Friday: Does Labor Make Us Slaves of Capitalism]. [Online] Available from: <https://theoryandpractice.ru/posts/16951-umiranje-s-ponedel'nika-po-pyatnitsu-delaet-li-nas-trud-rabami-kapitalizma> (Accessed: 1st February 2019).
8. Chang Ha-Joon. (2008) *Nedobrye samaritanye: Mif o svobode trgovli i taynaya istoriya kapitalizma* [Bad Samaritans: The Myth of Free Trade and the Secret History of Capitalism]. [Online] Available from: http://worldcrisis.ru/files/1613511/chang_bad_samaritans_%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4_2.Pdf (Accessed: 1st February 2019).
9. Woolley, F. (1994) *Feministskiy vyzov neoklassicheskoy ekonomicheskoy teorii* [The Feminist Challenge to Neoclassical Economics]. *Thesis*. 6. pp. 77–100.
10. Amin, S. (n.d.) *Traektoriya istoricheskogo kapitalizma i prizvanie marksizma v "tret'em mire"* [The Trajectory of Historical Capitalism and Marxism's Tricontinental Vocation]. [Online] Available from: http://scepsis.net/library/id_3642.html (Accessed: 1st February 2019).
11. Fourcade, M. & Healy, K. (2011) *Moral'nye vozreniya na rynochnoe obshchestvo* [Moral Views of Market Society]. In: Shmatko, N.A. (ed.) *Simvolicheskaya vlast': sotsial'nye nauki i politika* [Symbolic power: social sciences and politics]. Moscow: Universitetskaya kniga. pp. 127–186.
12. Brown, W. (2018) *Razrushenie demokratii: kak neoliberalizm preobrazovyyaet gosudarstvo i sub"ekta* [The Destruction of Democracy: How Neoliberalism Transforms the State and the Subject]. Translated from English by S. Loseva. *Neprikosnovennyi zapas*. 4. pp. 99–129.
13. Leys, C. & Harriss-White, B. (n.d.) *Commodification: the essence of our time*. [Online] Available from: www.opendemocracy.net/ourkingdom/colin-leys-barbara-harriss-white/commodification-essence-of-our-time (Accessed: 8th November 2018).
14. Malgan, J. (2014) *Sarancha i pchela: Khishchniki i tvortsy v kapitalizme budushchego* [The Locust and the Bee. Predators and Creators in Capitalism's Future]. Translated from English by I. Kushnareva. Moscow: The Gaidar Institute.
15. Berdysheva, E.S. (2012) From Criticism toward Analytics: Commodification of Vital Goods as an Actual Research Problem in the New Economic Sociology. *Ekonomicheskaya sotsiologiya – Journal of Exonomic Sociology*. 13(1). pp. 67–85. (In Russian).
16. Macekura, S., Mcorrie, C., Cebul, B., Ticona, J., Maiers, C., Elias, A., O'Connor, J. & Schrum, E. (2016) The Relationship of Morals and Markets Today: A Review of Recent Scholarship on the Culture of Economic Life. *An Interdisciplinary Journal*. 99(2). pp. 136–170. DOI: 10.5325/soundings.99.2.0136
17. Phelps, E. (2015) *Massovoe protsvetanie: Kak nizovye innovatsii stali istochnikom rabochikh mest, novykh vozmozhnostey i izmeneniy* [Mass Flourishing: How Grassroots Innovation Created Jobs, Challenge, and Change]. Translated from English. Moscow: The Gaidar Institute.