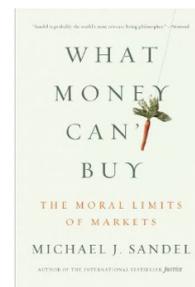


К. В. Макаров

Свободный рынок и моральные ограничения

Рецензия на книгу: Sandel M. J. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane.



МАКАРОВ Кирилл Витальевич — студент 4-го курса факультета социальных наук, стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ ВШЭ.
Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: makarov.vk@gmail.com

В наше время общество, в котором большинство благ являются предметами купли-продажи, представляется гораздо более рационально устроенным, чем общество, где распределение благ основывается на принципе реципрокности либо осуществляется путём перераспределения. Действительно, есть основания полагать, что рынок, если ему не мешать, распределит блага эффективно, доставив их в первую очередь тем индивидам, которые готовы заплатить за них бóльшую сумму денег. Однако может ли привести подобный механизм к росту всеобщего благосостояния? Не способствует ли он атомизации индивидов, усугублению неравенства и замещению гражданского общества экономическими агентами, слепо максимизирующими собственную полезность?

Коммодификация благ — процесс не новый, его проявления можно наблюдать на протяжении всей истории развития капитализма. Тем не менее при всей «естественности» данного процесса не стоит упускать его из внимания и переставать контролировать, принимая за неотъемлемый и необходимый атрибут капиталистического общества. Слепое восхваление рыночной логики, как и бесконтрольная коммодификация, способно породить гораздо больше негативных последствий, чем может показаться на первый взгляд. Придание денежной стоимости благу не изменяет его функциональных свойств, но не исключено, что существенным образом может повлиять на то, какими смыслами благо отныне будет наделяться.

Именно деструктивному характеру последствий тотальной коммодификации благ и посвящена книга Майкла Сэндела «What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets» («Что нельзя купить за деньги. Моральные ограничения свободного рынка») [Sandel 2012].

Ключевые слова: рыночная экономика; капитализм; коммодификация; социальное неравенство; мораль; ценности.

Как бы вы отнеслись к тому, что все полицейские машины в вашем городе были бы обклеены рекламой «Макдоналдса»? При условии, что подобный разукрашенный спецтранспорт достался бы городу намного дешевле, чем покупка обычных полицейских автомобилей. Посчитали бы вы это разумным способом экономии денег налогоплательщиков? Или осознание того факта, что блюстители порядка теперь будут выполнять также функцию рекламы общепита, побудило бы вас высказаться против такой затеи? Как бы изменилось отношение людей к институту полиции в целом?

Пример с обклеенными рекламой служебными автомобилями является лишь одной из иллюстраций маркетинга многих, до этого недоступных руке рынка, сфер жизни современного американского общества, рассмотренных Майклом Сэнделом в рецензируемой книге, которая была опубликована в 2012 г. в США и Канаде, а в 2013 г. переведена на русский язык¹.

Майкл Сэндел является философом, политологом, профессором Гарвардского университета. В 2009 г. свет увидела его книга «Justice: What's the Right Thing to Do?» («Справедливость. Как поступать правильно?») [Sandel 2009]², в которой автор размышляет о поиске правильного пути решения сложных нравственных дилемм.

В своей новой книге автор предлагает читателю критически посмотреть на современное капиталистическое общество, главным «достижением» которого, по его мнению, стало внедрение рынков и рыночного мышления в те аспекты жизни, которые до этого регулировались на основе традиционных — вне-рыночных — механизмов [Sandel 2012: 7].

Сэндел задаётся вопросом: стоит ли беспокоиться, осознавая тот факт, что мы стремительно движемся к модели общества, в котором абсолютно всё можно будет купить за деньги? Очевидно, что подобная идеально-типическая модель общества тотальной рыночной экономики вряд ли может быть воплощена в жизнь в ближайшем будущем. Однако большое количество разнообразных случаев товаризации благ как предвестники подобного уклада должны спровоцировать критическое осмысление происходящего.

А беспокоиться действительно есть о чём. Одна из причин беспокойства, по мнению автора, заключается в том, что при всех достоинствах рыночного типа мышления, являющегося апофеозом прагматизма и рациональности, оно, к сожалению, не может обеспечить всеобщее благополучие. Неравенство, порождаемое единственно рыночным распределением благ, обрекает людей на постоянную борьбу за выживание, делая деньги единственным ресурсом, за который стоит бороться, а индивидов, не способных к борьбе, — вынужденными апологетами низкокачественного уровня жизни.

Но подобный социал-дарвинизм экономического толка — не единственное негативное следствие тотальной рыночной экономики. Товаризация, проникая в самую суть блага, вынужденно меняет отношение к нему человека. Уместно привести пример из самой книги: можно начать платить детям за каждую прочитанную ими книгу, и вполне возможно, что количество прочитанных книг увеличится, однако чтение теперь неизбежно будет рассматриваться ими в качестве возможности заработка, а не возможности познания. Следствием того, что стимул к чтению будет получаться извне, а не исходить изнутри, станет, как минимум, плохое усвоение материала, а также не исключено, что и полная потеря любви к чтению [Sandel 2012: 9].

Сэндел утверждает, что обуздать рынок можно лишь путём обсуждения того, какие блага могут и должны выступать в качестве товаров и источников прибыли, а для каких коммодификация является губительным процессом, раз и навсегда девальвирующим его ценность.

Цель и предпосылки написания книги

Книга Сэндела состоит из введения («Markets and Morals» — «Рынок и мораль») и пяти глав — «Jumping the Queue» («Обслуживание вне очереди»), «Incentives» («Финансовые стимулы»), «How Markets Crowd

¹ См.: Сэндел М. 2013. *Что нельзя купить за деньги. Моральные ограничения свободного рынка*. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер».

² См. также: Сэндел М. 2013. *Справедливость: Как поступать правильно?* М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер».

Out Morals» («Как рынок вытесняет мораль»), «Markets in Life and Death» («Рынок жизни и смерти»), «Naming Rights» («Права на наименование»). Каждая глава книги представляет нам определённую сферу общественной жизни, которая в различных проявлениях подвергается коммерциализации. Например, в первой главе («Обслуживание вне очереди») говорится о том, как институт очереди стал объектом денежного регулирования, что находит множество проявлений, начиная от покупки места в очереди к врачу и заканчивая возможностью купить билет на мессу Папы Римского.

Любому автору важно задать в своём произведении правильный вопрос. Решив посвятить книгу проблемам коммодификации благ, Сэндел, безусловно, затронул тему, которая подсознательно волнует многих, но мало кем поднимается в повседневной жизни. Теперь же, найдя в книге отражение собственных мыслей, можно понадеяться, что общество предпримет очередной виток «самонаблюдения» (термин Н. Лумана), результатом которого в идеале должно стать основанное на здоровой рефлексии большинства рациональное решение (предупреждение) надвигающейся проблемы.

Вообще, проблема соотношения морали и рынка давно волнует умы исследователей. Показательный пример — работа Вивианы Зелизер «Мораль и рынки: развитие страхования жизни в США» [Zelizer 1983], целью которой было продемонстрировать процесс вовлечения прагматичной денежной калькуляции в сакральную сферу соотношения жизни и смерти. Работу Сэндела нельзя не соотнести и с «Великой трансформацией» Карла Поланьи [Поланьи 2002]. Сэндел утверждает, что современное общество не только имеет рыночную экономику (*having a market economy*), но уже само по себе является рыночным обществом (*being a market society*) [Sandel 2012: 10].

Призыв Сэндела к необходимости управления процессом коммодификации — это логичное продолжение размышлений Поланьи о выходе экономической сферы из-под контроля социальной и о возникновении социокультурного сопротивления, получившего название «двойное движение» (*double movement*) [Поланьи 2002].

Нельзя не вспомнить и Чарльза Кули, уже в 1913 г. обратившего внимание на данную проблему. Однако, по его мнению, «принцип, согласно которому всё имеет свою цену, нужно, скорее, не ограничивать, а распространить ещё шире», и функция денег заключается как раз в том, чтобы вывести мораль и эстетические ценности на рынок (цит. по: [Зелизер 2004: 40]).

Целью же работы Сэндела было стремление указать на то, что что-то в современном мире «идёт не так», не забыв при этом подкрепить собственную точку зрения конкретными примерами. Вклад Сэндела в развитие данной, ставшей уже классической темы выявления границ коммодификации носит, следовательно, чисто прагматический характер. Автор рецензируемой книги не предлагает нам новой теоретической проработки данной проблемы, но, скорее, возвращает внимание общественности к необходимости регулирования свободного рынка и предупреждения последствий его тотальной гегемонии.

Ограничения и сопротивление свободному рынку

Тема противопоставления свободного рынка и интервенционизма (в широком смысле) проходит красной нитью через всю книгу Сэндела. Автор книги показывает и даёт читателю возможность оценить то, как меняются свойства одного и того же блага при переходе его из системы традиционного регулирования в рыночную.

Сэндел утверждает, что в отсутствие регулятивных механизмов, а также пренебрегая значимостью традиций, индивиды, максимизируя собственную полезность, теоретически имеют право поступать как

им угодно до тех пор, пока их действия не нарушают индивидуальную свободу другого. В таком ключе проституция, продажа собственных органов, нанесение рекламы на собственный лоб и любые другие способы зарабатывания денежных средств выглядят обоснованными и вполне рациональными.

Также не вызывает сомнений и тот факт, что при невмешательстве государства и абсолютной свободе индивидов проводить взаимовыгодные сделки рынок в итоге сам эффективно распределит ресурсы, доставив их тем индивидам, кто ценит их больше всего, максимизируя тем самым полезность каждого члена общества.

Следует отметить, что в такой трактовке свободного рынка можно найти отголоски неолиберальной идеологии и, в частности, принципа эффективного применения конкуренции. Как пишет фон Хайек, «необходимо, чтобы все присутствующие на рынке стороны имели полную свободу покупать и продавать товары по любой цене, на которую найдутся желающие, и чтобы каждый был волен производить, продавать и покупать все, что, в принципе, может быть произведено и продано» [Хайек 2012: 60].

Какой же позиции придерживается сам Майкл Сэндел?

По его мнению, попытка представить идеально-типическую модель полной экономической свободы в реальной жизни неминуемо рождает ряд моральных ограничений.

Во-первых, отсутствие регулирования потока ресурсов в обществе приводит к *ложному* (то есть узко экономическому) толкованию эффективного распределения. Проблема заключается в том, что в подобном обществе ресурсы будут доставаться лишь тем, кто готов за них заплатить бóльшую сумму денег. И даже при самом поверхностном рассмотрении становится очевидным, что одна лишь возможность заплатить за какое-либо благо *больше* всех не означает, что индивид ценит данное благо *выше*, чем остальные люди.

Легко представить себе ситуацию, при которой, например, преданный футбольный фанат не может позволить купить себе билет на матч любимой команды, в то время как человек, мало заинтересованный, но располагающий деньгами, может купить билет и сходить на матч лишь для того, чтобы скоротать время. Ответ на вопрос о том, для кого же в действительности данный футбольный матч представляет бóльшую ценность, очевиден.

Нет, это не значит, что следует продавать (раздавать) билеты лишь преданным любителям футбола. Действуя в собственных интересах, организаторы матча совершенно справедливо (в рамках данной логики) стремятся максимизировать собственную прибыль, продавая билеты по той цене, по которой их готовы купить, не особо углубляясь в то, какова мотивация их покупателей. Но ведь и ситуация, описанная выше, не критична.

В более широкой перспективе можно увидеть, что отсутствие какого-либо регулирования способно нести издержки всему обществу в целом, а не только причинять ущерб лишь определённым (малоимущим) группам людей. Отсутствие регулирования может спровоцировать своеобразный провал рынка, при котором пущенное в свободное обращение благо, доставшись человеку, лишь способному заплатить за него бóльшую сумму, минует правильного собственника. Под правильным собственником понимается индивид, осознающий настоящую ценность данного блага и способный использовать его наиболее эффективно, максимизируя тем самым как собственную прибыль, так и благосостояние всего общества.

Следует отметить, что такая точка зрения не является единственной. Например, Роберт Фрэнк, профессор экономики Корнелльского университета, наоборот, доказывает, что «величина экономического пирога становится максимальной в том случае, когда дефицитные блага распределяются на основе готовности платить за них, невзирая на тот факт, что использование этого критерия в каком-то смысле может быть возмутительным» [Фрэнк 2013: 180].

Во-вторых, моральное ограничение, порождаемое *laissez-faire*³, относится уже к самой онтологии блага. Здесь может быть уместным вспомнить Маклюэна и его тезис о том, что медиа на самом деле и представляет собой сообщение [Маклюэн 2003]. Подобно тому, как образ мышления людей и особенности восприятия получаемой информации деформируют факт наличия письменности, телевидения, радио в качестве посредников в передачи информации, так и сама форма предоставления блага, даже без изменения в его содержании, меняет его свойства.

Другими словами, одно и то же благо, предоставленное бесплатно и на платной основе, будет обладать, в пределах различными свойствами и нагружаться разными смыслами.

Безусловно, почка, предоставленная бесплатно или полученная за деньги, будет после пересадки функционировать одинаково. Но должны ли нас в таком контексте интересовать лишь различия в функциональности?

Возьмём, например, бесплатное представление театра в парке. Изначально подразумевается, что посещение данного мероприятия сугубо бесплатно — кто первый занял место, тот и успел. Однако что будет, если начать продавать билеты на данное представление? Изменится, конечно, многое, начиная от цели данного мероприятия (в одном случае — ознакомление широкой публики с театральным искусством, в другом — извлечение прибыли) и заканчивая аудиторией представления.

И сам автор рецензируемой книги говорит: «Что-то потеряется, когда бесплатное публичное театральное представление становится рыночным благом»⁴ [Sandel 2012: 33].

Или же посмотрим на один из центров по уходу за детьми в Израиле, который столкнулся с тривиальной проблемой: иногда родители опаздывают и поздно забирают своих детей, поэтому воспитателю приходится сидеть с ними допоздна, уже после окончания собственного рабочего дня. Для решения данной проблемы центр ввёл штрафы за опоздание, предполагая, что денежные санкции будут мотивировать родителей приходить вовремя.

Однако произошло ровно противоположное: зафиксировался ещё больший рост числа опозданий. Что же случилось? Именно то, что и предсказывает Сэндел: введение денежных платежей изменило нормы. Раньше опаздывающие родители чувствовали вину за своё опоздание. Теперь же, зная, что свою халатность они будут компенсировать денежными средствами, родители рассматривают такую возможность как своего рода платную услугу. Они как будто просто платят воспитателю сверхурочные.

Этим и многими другими примерами Сэндел демонстрирует, что введение денежного эквивалента товара или услуги деформирует отношение людей к ним. Наличие такой ответной реакции родителей на введение денежных санкций может стать основой для критики экономического подхода к человеческому поведению Гарри Беккера. В рамках его логики сложно представить, чтобы наличие денежного штрафа способствовало не изменению поведения на «правильное», а моральной переоценке самого действия.

³ Принцип невмешательства (*франц.*).

⁴ Здесь и далее перевод автора рецензии.

Закономерный вопрос, который встаёт перед автором, решившим рассмотреть процесс коммодификации благ, заключается в том, чтобы узнать, какие блага должны быть предметом рыночного обмена и денежного оценивания, а какие — нет. Каким благам могут быть присвоены свойства товара, а какие должны распределяться в соответствии с другой логикой? Для каких благ потеря свойств «сакральности» критична, а для каких — нет, и в чём эти свойства заключаются?

Автор утверждает, что моральные границы рынка в целом определяются двумя видами сопротивления (*objection*).

Первое из них называется *сопротивлением из-за принуждения (coercion objection)* [Sandel 2012: 45].

Суть его в том, что в реальной жизни часто не выполняется ключевая предпосылка либерально-рыночной экономики и купля-продажа товаров осуществляется не на добровольной основе. Автор приводит в пример стерилизацию за деньги. Благотворительная организация Project Prevention в Северной Каролине предлагает женщинам, зависимым от наркотиков, 300 долл. за то, что они пройдут добровольную стерилизацию. Цель данного проекта заключается в том, чтобы буквально не дать зависимым от наркотиков женщинам иметь детей. Автор проекта Барбара Харрис (Barbara Harris), утверждает, что деньги, предлагаемые женщинам, являются мизерной платой за то, чтобы предохранить детей от рождения у наркозависимых матерей. Некоторые женщины до возникновения подобного предложения уже имели большое количество детей, и те страдали от отсутствия должных жилищных условий. Казалось бы, с формальной экономической точки зрения данная транзакция абсолютно обоснована и выгодна для обеих сторон: зависимые от наркотиков женщины получают 300 долл. за свой отказ от репродукции, а общество — за те же 300 долл. — предотвращает рождение неблагополучными матерями детей, обречённых на страдания.

Однако согласно аргументу о сопротивлении принуждению подобные сделки морально не легитимны, поскольку женщины на самом деле идут на такое безумное соглашение не добровольно. Принуждение в данном случае, конечно, понимается не как физическое действие или как некоего рода ультиматум, а как давление внешних обстоятельств, заставляющих индивида поступать именно таким образом (например, из-за острой нужды в деньгах).

Поэтому всегда необходимо спрашивать себя: действительно ли рыночные отношения отражают хотя бы относительную свободу воли, и нет ли определяющих обстоятельств, склоняющих индивида к какому-либо действию? Если таковые обстоятельства имеются, то фундаментальная предпосылка саморегулирующейся экономической системы об автономности и свободном выборе индивида начинает дискредитировать сама себя.

Второй вид сопротивления можно назвать *сопротивлением из-за взяточничества (bribery objection)* [Sandel 2012: 33]. Имеется в виду то, что возможна девальвация самой стоимости (пожалуй, даже уместнее сказать, *значимости*) определённого блага при предоставлении его в виде товара и при выводе на рынок. Если рассматривать приведённый выше пример со стерилизацией с данной точки зрения, то следует задаться вопросом: допустимо ли *в принципе* выставить на продажу свою возможность иметь детей и свести её до характера товара? Развивая подобную логику, не будет ошибкой предположить, что, если на рынке появится сразу несколько агентств, предоставляющих деньги за стерилизацию, и между ними начнётся конкуренция, то женщина будет рационально выбирать, в какое из агентств ей пойти. Что же тогда произойдёт дальше?

Вопросы без ответа

Следует сказать о тех аспектах, которым Сэндел, по моему мнению, не уделил должного внимания.

Первый можно свести к следующему фундаментальному вопросу: «Каковы границы коммодификации?» Что гипотетически *может* стать товаром, а что — *никогда*? Конечно, автор говорит, что, например, дружба или Нобелевская премия по известным причинам не могут быть куплены. Книга содержит некоторые попытки размышлять на эту тему, однако в целом они сводятся к констатации того факта, что есть объекты, которые купить нельзя, а есть те, которые купить можно, но было бы хорошо, если бы эти объекты не могли быть выставлены на продажу [Sandel 2012: 33].

Данный вопрос связан с более конкретным желанием увидеть в книге размышления о том, можно ли выделить некоторые критерии того, какие блага, в принципе, можно коммодифицировать, а какие — нет. Другими словами, автор не отвечает на вопрос о том, как и почему некоторые — и какие именно? — блага, становясь товаром, теряют свою онтологическую ценность. Для каких благ данная потеря приемлема, а для каких — нет?

Уместно вспомнить И. Копытоффа и его противопоставление культуры и товаризации [Копытофф 2006: 145]. Сэндел не рассматривает коммодификацию с такой точки зрения, но подобные размышления могли бы оказаться полезными в поиске ответа на вопрос о том, какие объекты для сохранения определённой культуры должны — в рамках её логики — при любых обстоятельствах оставаться уникальными и не подвергаться товаризации, а какие могут стать предметами широкого потребления.

По моему мнению, основной акцент книги (для ощущения законченности произведения) должен быть направлен на вопрос генезиса морали, её развития во времени и соотнесения с процессами коммодификации, происходившими на определённых исторических этапах. И уже на основании подобного анализа можно было бы попытаться вычленить ту формулу (в широком смысле), способную — хотя бы приблизительно — дать описание и осмысление предыдущих случаев коммодификации и предсказать те объекты, которые в ближайшем будущем могут испытать на себе подобное преломление.

Интересны размышления футуролога Станислава Лема о морали. Его точка зрения состоит в том, что именно *технология* формирует мораль общества. Лем утверждал, что одним из главных оснований для оценивания моральности поступка является его необратимость. Убийство аморально прежде всего потому, что убитого человека не воскресить. Если бы технологии позволяли сделать подобное (либо, например, хотя бы перенести мозговую активность человека на искусственную платформу и «воскресить» его виртуально), то вполне разумно предположить, что единичное убийство уже не было бы *настолько* аморальным поступком (хотя, безусловно, оставалось бы наказуемым и крайне порицаемым) [Лем 2002]. В отношении товаризации объектов допустимо предположить, что прослеживается некоторая взаимосвязь между легитимностью коммодификации объекта и способностью создать его суррогат. Например, кажется правдоподобным, что в недалёком будущем, при наличии технологий, позволяющих искусственно выращивать человеческие органы, вряд ли возникнут проблемы с возможностью купить естественные органы (пусть, например, и по большей цене). Простор для подобных размышлений о будущем чрезвычайно широк.

Сэндел часто акцентирует внимание читателя на том, что решение о допущении продажи или покупки того или иного блага нельзя принимать без освещения морального аспекта данного действия и оценки его долговременных последствий. И, раз за разом указывая на эту, по сути, очевидную мысль, автор не делает попытки предположить, как это следует осуществить, какие институты в обществе должны быть ответственны за оценку моральных последствий коммодификации. Поэтому складывается впечатление

чатление, что эмпирический материал, изложенный в книге, должен стать основой для последующего теоретизирования над ним и философского осмысления.

Автор рецензируемой книги явно выступает против наблюдаемого нами сегодня расширения господства рынка и осознаёт, что каждая победа рынка неминуемо оставляет неизгладимый след на здоровье общества. Возникает вопрос: а что можно сделать? Как обуздать рынок? Есть ли у Сэндела свой проект по реформированию общественного сознания?

Впрочем, первым делом автор книги должен иметь в виду возможность критики его размышлений с неолиберальной точки зрения. В частности, ещё фон Мизес писал о том, что «производитель обслуживает сегодняшнего покупателя таким, каков он есть, даже если он порочен и невежествен» [Мизес 2010: 80]. По мнению фон Мизеса, «заменить нездоровую идеологию здоровой — задача не предпринимателей, а, скорее, философов» [Мизес 2010: 80].

Понимает ли Сэндел, что он, возможно, борется с симптомом, но не с причиной общественной болезни?

На последних страницах книги автор подытоживает свои размышления. Он утверждает: как только мы видим, что помещение блага в логику коммерции меняет характер данного блага, мы должны спросить себя: должно оно быть отнесено к рынку либо нет? На этот вопрос невозможно ответить без осознания значения и цели данного блага, а также без понимания того, в рамках какой системы должна конструироваться его ценность [Sandel 2012: 202].

Общий вывод такого рода, конечно, далёк от практически реализуемого плана действий. Недостаток логики Сэндела заключается в том, что анализ ситуации, судя по его словам, должен начинаться уже после того, как рынок одержал свою очередную маленькую победу. А в таком положении вернуть всё «на свои места» является задачей намного более сложной, чем просто не допустить очередного случая товаризации. Также остаётся непонятным, какими же свойствами будет обладать благо, которое однажды уже побывало товаром, но после этого было исключено из рынка и вернулось в привычную систему координат. Но это уже вопрос другого исследования.

От рецензируемой книги лично я ожидал в первую очередь теоретического осмысления состояния современного общества, анализа отношений между индивидом, моралью и рыночной экономикой. Конечно, хотелось увидеть и современные примеры коммерциализации благ, распределение которых ранее регулировалось в рамках других систем, отличных от капиталистической. По прочтении оказалось, что главное достоинство книги — это как раз объединение действительно впечатляющего количества кейсов, которые теперь можно приводить в пример в качестве проявлений коммодификации в современном мире. Но в то же время из-за отсутствия углублённой теоретической проработки проблемы, что в книге лишь намечено в виде указания на деградирующие последствия тотальной коммерциализации и необходимости противостоять ей, остаётся ощущение прекращения повествования «на самом интересном месте». Хотя, безусловно, стоит учитывать, что замысел и задача автора вполне могли не предполагать теоретического переосмысления проблемы коммодификации.

Литература

Зелизер В. 2004. *Социальное значение денег: деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы*. М.: Изд. дом ВШЭ.

Копытофф И. 2006. Культурная биография вещей: товаризация как процесс. В сб.: Вахштайн В. М. (отв. ред.) *Социология вещей*. М.: Территория будущего; 134–169.

- Лем С. 2002. *Сумма технологий*. М.: Terra Fantastica.
- Маклюэн М. 2003. *Понимание медиа: внешние расширения человека*. М.: Кучково поле.
- Мизес Л. 2010. *Индивид, рынок и правовое государство: антология*. СПб.: Пневма.
- Поланьи К. 2002. *Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени*. СПб.: Алетейя.
- Фрэнк Р. 2013. *Дарвиновская экономика. Свобода, конкуренция и общее благо*. М.: Изд-во Института Гайдара.
- Хайек Ф. 2012. *Дорога к рабству*. М.: АСТ; Астрель.
- Sandel M. J. 2009. *Justice: What's the Right Thing to Do?* New York: Macmillan.
- Sandel M. J. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane.
- Zelizer V. 1983. *Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States*. New Brunswick: Transaction Books.

Kirill Makarov

The Free Market and the Moral Limits

Book Review: Sandel M. J. (2012) *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, London: Allen Lane.

MAKAROV, Kirill Vitalevich — Abstract

BA student, Faculty of Social Sciences; Junior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Modern society, in which it is possible to buy or sell most goods, is regarded as far more rationally arranged comparing to those where goods distribution is grounded on the principle of reallocation or of reciprocity. Indeed there is rationale for considering that a market, if not hindered by other forces, will distribute goods effectively, providing to those who are able and willing to pay for them. However the question is: does this lead to a welfare state? Or does it cause social atomization, inequality of growth and a predominance of economic calculation?

Email: makarov.vk@gmail.com

Commodification is a process that is registered through the whole history of capitalism's development. Although it may be regarded as a natural market attribute, commodification should be permanently examined with thoroughness and never neglected. Allowed out of control, commodification may lead to an unexpected aftermath, reshaping the image of society in an undesirable way. Pricing goods does not change their functionality but it surely alters the meaning that commodity might have attached to it.

Michael Sandel's new book, "What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets" is all about the destructive outcomes of an uncontrolled commodification process.

Keywords: market economy; capitalism; commodification; social inequality; moral; values.

References

- Frank R. (2013) *Darvinovskaya ekonomika. Svoboda, konkurenciya i obshchee blago* [The Darwin Economy: Liberty, Competition, and the Common Good], Moscow: Izdatel'stvo Instituta Gaydara (in Russian).
- Hayek F. (2012) *Doroga k rabstvu* [The Road to Serfdom], Moscow: AST: Astrel' (in Russian).
- Kopytoff I. (2006) Kul'turnaya biografiya veshchey: tovarizatsiya kak process [The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process]. *Sotsiologiya veshhey* (ed. V. M. Vakhshayn), Moscow: Territoriya budushchego, pp. 134–169 (in Russian).
- Lem S. (2002) *Summa tekhnologiy* [Summa Technologiae], Moscow: Terra Fantastica (in Russian).
- McLuhan M. (2003) *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man], Moscow: Kuchkovo pole (in Russian).
- Mizes L. (2010) *Individ, rynek i pravovoe gosudarstvo: antologiya*, Saint Petersburg: Pnevma (in Russian).
- Polanyi K. (2002) *Velikaya transformatsiya: politicheskie i ekonomicheskie istoki nashego vremeni* [The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time], Saint Petersburg: Aleteyya (in Russian).

Sandel M. J. (2009) *Justice: What's the Right Thing to Do?* New York: Macmillan.

Sandel M. J. (2012) *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*, London: Allen Lane.

Zelizer V. (1983) *Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States*, New Brunswick: Transaction Books.

Zelizer V. (2004) *Sotsial'noe znachenie deneg: den'gi na bulavki, cheki, posobiya po bednosti i drugie denezhnye edinitsy* [The Social Meaning of Money: Pin Money, Paychecks, Poor Relief, and Other Currencies], Moscow: HSE (in Russian).

Received: July 24, 2014

Citation: Makarov K. (2015) Svobodnyy rynek i moral'nye ogranicheniya [The Free Market and the Moral Limits]. Book Review: Sandel M. J. 2012. *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets*. London: Allen Lane. *Ekonomicheskaya sotsiologiya = Journal of Economic Sociology*, vol. 16, no 1, pp.70–80. Available at: <http://ecsoc.hse.ru/2014-16-1.html> (in Russian).