

ЭПОХА КВАЗИТОВАРНОГО ФЕТИШИЗМА (200-летию со дня рождения Карла Маркса посвящается)

Октай МАМЕДОВ,

доктор экономических наук, профессор,
Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону, Россия,
e-mail: terraeconomicus@mail.ru

Двести лет назад родился гений, которому современное обществознание обязано всем. Выдающееся место в методологическом наследии Маркса занимает «теория товарного фетишизма». Знакомство с этой теорией – первый и главный тест для будущих экономистов: кто поймет суть товарного фетишизма – будет экономистом-теоретиком, кто не поймет – быть ему экономистом-прикладником. Статья посвящена недооцененному содержанию теории товарного фетишизма, причинам вырождения товарного фетишизма – в квазитоварный, показу опасности квазитоварного фетишизма.

Теория товарного фетишизма изложена в заключительном, четвертом, параграфе знаменитой первой главы первого тома «Капитала» Карла Маркса. Судьба этого параграфа по-своему удивительна. Обычно читатели первой главы все внимание уделяют исторической логике развития обмена товаров. А на четвертый параграф, видимо, уже не остается сил. Между тем именно здесь содержатся поразительные предметные откровения автора «Капитала». Тем более что в этом параграфе говорится не столько о товарном фетишизме, сколько о дефетишизации предмета экономической науки.

Основное внимание в статье уделяется квазитоварному фетишизму, который сводит социальную сущность экономики уже не к товарам, а к их заменителям. Автор определяет «квазитоварный фетишизм» как мнимую самостоятельность несамостоятельного товарного фетишизма. В статье доказывается, что своим появлением квазитоварный фетишизм обязан перерождению экономики – в квазиэкономику. В квазиэкономике доминантным товаром становятся производимые чиновником циркуляры и распоряжения. Неудивительно, что реальную экономику вытесняет ее имитация – квазитоварное производство с его диковинными квазитоварами, которые неустанно изготавливаются чиновничьими структурами.

Ключевые слова: фетишизм; товарный фетишизм; квазитоварный фетишизм; квазиэкономика; квазитовары

THE EPOCH OF QUASI-COMMERCIAL FETISHISM (on the 200th anniversary of the birth of Karl Marx)

Oktay MAMEDOV,

Doct. Econ. (DSc), Professor,
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia,
e-mail: terraeconomicus@mail.ru

Two hundred years ago a genius was born, who influenced modern social studies. The «theory of commodity fetishism» is one of the remarkable features of the Marxist methodological framework. This theory is the key to understanding the essence of the modern economy: those economists who are well-acquainted with it, may be proudly referred as the theorist, as opposed to those who are only applied economists, not familiar with the theory of commodity fetishism. The article deals with the elements of Marx's theory of commodity fetishism, remained underestimated, with the reasons for the commodity fetishism's transformation into a quasi-commodity one, and with the dangers of the quasi-commodity fetishism. The theory of commodity fetishism is set forth in the final, fourth, paragraph of the famous first chapter of the first volume of «Capital» by Karl Marx. The fate of this paragraph is amazing. Usually, the readers of the first chapter pay more attention to the historical logic of the commodity exchange genesis, with the fourth paragraph set aside. Meanwhile, this paragraph is the one which deals with the author's striking insights into the essence of the economic relations. Moreover, this text also deals with the «defetisation» of the subject of economic theory. The article focuses on quasi-commodity fetishism, which reduces the social essence of the economy to commodities' substitutes. The author defines «quasi-commodity fetishism» as an imaginary autonomy of a non-independent commodity fetishism. As the author argues, appearance of quasi-commodity fetishism was due to transformation of the economy into the quasi-economy. In the quasi-economy, the circulars and orders issued by the officials become dominant commodities. It is not surprising that the real economy is being displaced by its imitation – quasi-commodity production with its curious quasi-commodities, tirelessly manufactured by the bureaucratic structures.

Keywords: fetishism; commodity fetishism; quasi-commodity fetishism; quasi-economy; quasi goods

JEL classifications: A11; B14; B24; B51

ПРЕДМЕТНЫЕ ОТКРОВЕНИЯ МАРКСА

Непреходящая сила марксовской методологии, изнуряющая его последователей, состоит в требовании находить земные истоки экономических проблем. Материалистическая методология и позволила Марксу стать творцом теории товарного фетишизма (Сергиенко, 2016). Положения этой теории важны для всей экономической науки, поскольку «товарный фетишизм занимает центральное место в учении Маркса об отчуждении и, следовательно, его этической критике капиталистического общества, а также его структурной теории функционирования капитализма. Это, по мнению Маркса, наиболее универсальное выражение капитализма» (Robinson, 2010).

Маркс вынес своего рода «гносеологический» приговор потребительской стороне товара, его полезности: «товар как полезность не заключает в себе ничего загадочного» (Маркс, 1960, с. 81). Впрочем, это не помешало «австрийской школе» и прочим маржиналистам целый век забавлять политэкономов разгадыванием загадки, якобы скрывающейся в полезности товара. И это объяснимо: «К середине двадцатого века ортодоксальная экономика стала ярко выраженной количественной дисциплиной, которая гордилась своей предполагаемой научной объективностью. В основе современной экономики лежит стремление разработать модели, способные точно предсказать экономическую реальность. Следовательно, экономисты все еще анализируют товарный рынок и изучают его под микроскопом, чтобы разглядеть его секреты. Они склонны скептически относиться к коллективному принятию решений и благосклонно относятся к рынкам, потому что они ошибочно приписывают субъектную активность деньгам и рынкам, по сути полагая, что рынок движется таинственными силами, которые, будь то естественные законы или животные духи, люди просто не могут контролировать» (Malitz, undated).

Другое, не менее важное марксово теоретическое положение: товар является «обыденной, чувственно воспринимаемой вещью» (курсив мой. – О. М.) (Маркс, 1960, с. 81).

Это положение редко осознается во всей его значимости.

Дело в том, что здесь определение («чувственно воспринимаемое») – концептуально. Почему? Потому что чувственное восприятие (а следовательно, и чувственное отражение) ограничено ощущениями. А ведь как только результат общественного труда «делается товаром, он превращается в чувственно-сверхчувственную вещь» (курсив мой. – О. М.) (Маркс, 1960, с. 81).

Маркс вводит удивительно точную, исчерпывающую характеристику товара как «чувственно-сверхчувственной» вещи. И это позволяет ему объяснить не фиксируемую чувствами «общественную» сторону товара: он подчеркивает: товары становятся вещами «чувственно-сверхчувственными, или (внимание! – О. М.) общественными» (Маркс, 1960, с. 81).

Для Маркса неуловимое «общественное» имеет двойственное строение: как единство «чувственного» и «сверхчувственного».

Драма «общественного» в том, что оно может обнаружиться только как «чувственное», за которым как раз и скрывается предмет экономической науки – «сверхчувственное». Политэкономия как социальная наука обречена, отталкиваясь от чувственного, восходить к сверхчувственному.

«Предметное» коварство товарного фетишизма в том, что в нем «чувственное» притворяется «сверхчувственным» и тем пытается оттянуть на себя внимание политэкономов. В этой ситуации профессионализм политэкономов состоит в способности различать «чувственное» и «сверхчувственное», чтобы, изучая «чувственное», исследовать все-таки «сверхчувственное».

Чувственное восприятие не в состоянии отразить социальность товара, это под силу только сверхчувственному отражению. Почему же Маркс так настойчиво различает «чувственное» и «сверхчувственное»?

Да потому, что чувственное восприятие имеет объективный предел отражения, превзойти который может только сверхчувственное отражение.

Чувственную сторону товара дано ощутить каждому. А вот сверхчувственную – только политэконому. С момента этого разграничения экономисты делятся на эмпириков, коим не суждено подняться выше чувственного, и политэкономов, которым открыто сверхчувственное. И будущих политэкономов надо учить уважать «чувственное», но думать о «сверхчувственном»¹.

¹ История социального анализа сложилась таким образом, что сфера сверхчувственного состояния экономики оказалась добычей лженаучного анализа, представляющего «шестое чувство», интуитивные способности, ясновидение, телепатию, прекогниции, ретрокогниции, психометрию, экстрасенсорнику, парапсихологию и прочие трансцендент-

Для Маркса переориентация внимания экономистов с «чувственного» на «сверхчувственное» настолько важна, что он уже в предисловии к первому тому «Капитала» предваряет эту идею указанием: «При анализе экономических форм нельзя пользоваться ни микроскопом, ни химическими реактивами. То и другое должна заменить сила абстракции» (Маркс, 1960, с. 6).

Разумеется, нынешние экономисты, развращенные эмпирической вульгарностью экономикса, как могли отблагодарили Маркса – только появляется малейший намек на обобщение, начинается крик: «Это же теория! Политэкономия!» (Ах, скажите, какое преступление...)

СУДЬБА ТЕОРИИ ТОВАРНОГО ФЕТИШИЗМА

Теория товарного фетишизма – не только гениальное открытие Маркса, составившее онтологическое и гносеологическое основание научности экономического знания, но и объяснение механизма функционирования научного сознания (Атаян, 2008).

Дело еще и в том, что именно эта теория первой встречает каждого, кто собирается стать экономистом. И эта встреча определяет его личную судьбу.

Но и это еще не все: от общественной судьбы самого феномена товарного фетишизма зависит судьба уже экономической науки: сохранится товарный фетишизм – сохранится и познавательная потребность в экономической теории, отомрет товарный фетишизм – исчезнет и потребность в экономической теории. Тем не менее «теория товарного фетишизма Маркса не заняла того места, которое ему принадлежит в марксистской экономической системе. Дело в том, что марксисты и противники марксизма восхваляли теорию, признавая ее одним из самых смелых и изобретательных обобщений Маркса... Но сторонники марксизма, как и его противники, рассматривали теорию фетишизма главным образом как самостоятельную сущность, внутренне едва ли связанную с экономической теорией Маркса. Они представляют теорию товарного фетишизма как дополнение к теории стоимости, как интересное литературно-культурное отступление, которое сопровождает основной текст Маркса. Однако теория фетишизма является основой всей системы и теории ценности, в частности» (Rubin, 2013).

Между тем теория товарного фетишизма – это «ключ» к прошлому, настоящему и будущему рыночной экономики (Нуреев, 1985). Ведь там, где социальные процессы не фетишизируются (посредством овеществления или персонификации), там, где сущность не отделяет себя от формы, – там отсутствует объект социального исследования. «Карл Маркс знал термин “фетиш” из этнологических исследований фетологии 18-го века Шарля де Бросса. Исследования Шарля де Бросса касались только архаического фетишизма, в то время как Карл Маркс занял этот термин, чтобы использовать его как метафору, и термин, чтобы объяснить фетишизм в экономике» (Sahin, 2009, s. 13).

Сущностный признак феномена товарного фетишизма – неизбежность отчуждения создаваемого работником единичного фрагмента общественного результата общественного труда. «Посредством анализа товаров Маркс дает читателям возможность понять отчужденное положение рабочего. В рамках социального процесса производства рабочие взаимодействуют и соотносятся атомистически: рабочий отключен от своей собственной работы – он не контролирует и не осуществляет (сознательного индивидуального действия над материальным продуктом работы своего) ее собственными руками. Если это человеческий труд, который придает ценность продукту, но труд лишен сознательного индивидуального действия, тогда рабочие будут апатичны тому, что они производят» (Tromsness, 2016). Поэтому преодоление названного отчуждения тождественно исчезновению феномена товарного фетишизма.

но-астральные экзерциции. Поэтому способ научного познания экономики получил более точное определение – метод абстрактного анализа.

История сложилась крайне неблагоприятно для экономического учения Маркса: сначала были долгие годы завистливого замалчивания этого учения, затем погубивший его «меднотрубный» период советской догматизации (Воейков, 2012). И только сегодня свободны от фетишизма не только марксисты, но и Маркс.

В сущности, политэкономия порождена марксовым различием стоимости и полезности (потребительной стоимости). Отдав полезность «конкретникам», политэкономы оставили «стоимость» себе. Неудивительно, что товарный фетишизм сам стал для политэкономов фетишем. Еще бы! От его долговечности зависело «здоровье» экономической науки. В то же время следует признать, что «тройственная» спираль экономического развития человечества (дотоварное – товарное – посттоварное производство) слишком примитивна, чтобы можно было ею руководствоваться.

Отрицание теории товарного фетишизма имело разрушительные последствия для мировой экономической науки, но не для мировой рыночной практики. В этом проявилась объективная независимость практики от теории. И как бы ни были велики теоретические достижения экономической науки, она остается только интеллектуальным фоном самодвижения общественного производства, будучи его малозначимым субъективным фактором.

С утратой теории товарного фетишизма общественная наука фактически лишилась диалектико-материалистического инструментария осознания сложности противоречивого движения общества (о чем свидетельствует фактический уход из экономической науки категории «экономическое противоречие», понимаемое как взаимодействие разнонаправленных экономических интересов); возможности объективной субординации различных сфер общественной жизни (что иллюстрирует утрата междисциплинарных связей между экономическим знанием и другими отраслями социального знания); возможности выведения иерархически построенной системы императивов и категорий (на что указывают попытки «предметной» модели социальной системы – вне связи с достижениями экономической науки); наконец, этим ставится под сомнение основной вопрос социальной методологии – о первичности общественного бытия (что подтверждают притязания вторичных областей социального знания на статус экономического знания, включая некую помесь экономики и психологии под названием «поведенческая экономика» и «экономическая психология»)².

Во Франции существовал обычай: будущие политики писали эссе о Великой французской революции. Было бы правильно, если бы будущие экономисты писали подобные эссе о товарном фетишизме.

УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ ТЕОРИИ ТОВАРНОГО ФЕТИШИЗМА

Игнорирование одного из важнейших элементов теоретико-методологического наследия Маркса – теории товарного фетишизма, обращающееся нарочитым вниманием ко вторичным экономическим формам (особенно так называемой «финансализации»), – свидетельство внутреннего кризиса экономической науки, никоим образом, однако, не влияющего на состояние и перспективы глобальной и национальной экономики. Этот кризис толкает экономистов к эмпиризму и, соответственно, схоластике.

² «Использование Зигмундом Фрейдом термина «фетиш», которое произошло позже Маркса, также заимствовано из антропологии. Фрейд-марксистские теоретики (такие, как Слава Жижек) объединили психоаналитическое определение фетиша с теорией товарного фетишизма Маркса, чтобы создать теорию товара, которая использует понятие фантазии, объясняющую практику внушения. Товарный фетишизм является важным понятием в марксистской и так называемой постмарксистской теории: он играет центральную роль в работе Дьердя Лукача, особенно его концепции овеществления; он также играет центральную роль в работе Гая Дебора, который, как известно, утверждал, что окончательная форма товара будет образом; и занимает центральное место в теории потребительского общества Жана Бодрийяра» (<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110810104638104>).

Видимо, «возвратная волна» существует не только в природе и обществе, но и в социальной науке (в виде эпидемии «ползучего эмпиризма»). Названная волна – своеобразная плата за покорение экономической наукой теоретических высот двухвековой давности. Но это временное отступление будет преодолено практикой современной экономики, которая рано или поздно востребует подлинно научное экономическое знание, включая ее аксиому – марксову теорию товарного фетишизма, только опираясь на которую можно подступиться к квазитоварному фетишизму.

ИСТОРИЧЕСКОЕ МЕСТО КВАЗИТОВАРНОГО ФЕТИШИЗМА

Между стадией разложения натурального хозяйства и эпохой реального формирования рыночной экономики простирается огромное социальное пространство, в рамках которого происходит становление товарного производства и общественным сознанием овладевает товарный фетишизм.

Возникающее товарное производство, теснящееся в стенах маленьких средневековых городов, является неполным, ограниченным, деформированным по одной (но главной) причине: это был «известный рынок», где известный производитель удовлетворял «спрос» известного ему потребителя. Чем это закончилось, показала история пяти веков: всюду к власти пришло третье сословие, рынок превратился в сферу взаимодействия неизвестных друг другу производителей и потребителей, а чуждое средневековому производству «рыночное одеяние» стало ему со временем привычным и родным.

ИСКУССТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Современная экономика является «смешанной»: сложным противоречивым сочетанием рыночного и нерыночного начал. Это означает, что в рамках рыночного сектора феномен товарного фетишизма реализует себя в марксовой полноте.

Нерыночный же сектор, вынужденный – в силу императива системности – принимать квазирыночное выражение (неточно понимаемое как «рынок симулякров»), объективно порождает «квазитоварный фетишизм». В экономике наступает эпоха «квазитоварного фетишизма» (Лисовская, 2013).

А поскольку в экономике креативного типа нерыночный сектор неизбежно расширяет пространственно-временные параметры, приоритет переходит к феномену «квазитоварного фетишизма» (Ефремов, 2012).

Таким образом, теория товарного фетишизма неизбежно перерастает в теорию квазитоварного фетишизма, для познания которого необходима иная методология и иной инструментарий.

КАК ТОВАРНЫЙ ФЕТИШИЗМ ВЫРОДИЛСЯ В КВАЗИТОВАРНЫЙ

Первобытный человек поклонялся окружающей его природе. Товаропроизводители поклоняются товарам, образующим окружающую их экономическую среду. И чем больше товарное производство подчиняло себе общество, тем сильнее становился и товарный фетишизм. Окончательно же он восторжествовал, когда товарное производство включило и рабочую силу – самый загадочный товар на свете.

И вот, когда товарный фетишизм (т.е. мистический взгляд на действительность (Посыпанова, 2013)) охватил всю экономику, он стал изображать из себя нечто самостоятельное (подобно носу гоголевского асессора).

Мнимая самостоятельность несамостоятельного товарного фетишизма и есть «квазитоварный фетишизм». Последний сводит социальную сущность экономики уже не к товарам, а их заменителям (Бузгалин & Колганов, 2012; Бенсаид, 2012; Богданов, 2015). Парадоксальный пример квазитоварного фетишизма какое-то время являл собой...

марксизм, который сам стал своеобразным интеллектуальным фетишем. Это вынудило Маркса заявить: «Я знаю одно, что я не марксист» (из письма Энгельса Конраду Шмидту, 5 августа 1890 г.). Своим появлением квазитоварный фетишизм обязан перерождению экономики в квазиэкономику. А вот саморазвивающаяся экономика сама определяет содержание политики и идеологии. Там же, где политика и идеология диктуют механизм движения экономике, там неизбежно появление квазиэкономики (Комаров, 2015).

Отказ от борьбы с товарным фетишизмом имел разрушительные последствия для мировой экономической науки. Но не стоит впадать в крайности: как бы ни были велики теоретические достижения политической экономии, она все равно остается лишь интеллектуальным фоном вечного самодвижения общественного производства (Атаян, 2016).

КВАЗИТОВАРНЫЙ ФЕТИШИЗМ И РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА

С момента появления Карла Маркса на интеллектуальной сцене Истории минуло два века, которые вместили огромное число больших и малых событий, включая вхождение в жизнь новых поколений экономистов. И именно с тех пор каждый год проходит множество теоретических сражений, где сходятся защитники и противники марксовской методологии социального анализа. Победа склоняется то на одну, то на другую сторону. И неизвестно, кто вынуждает Маркса больше страдать: то ли защитники – своей неумелой защитой, то ли противники – своими убогими нападками. А Маркс остается все тем же: великим, – и потому непонятым; гениальным, – и потому загадочным; непрочитанным, – и потому одиноким.

Если чему и учит экономика, так только осознанию: платить приходится всем, за все и всегда – как за сделанное, так и за несделанное. В нашей науке – как за то, что читали Маркса, так и за то, что не читали его. А ведь только благодаря Марксу можно понять истоки триумфа и трагедии российской экономики – двух состояний, охватывающих вековую динамику ее товарного фетишизма.

Триумф национальной экономики достигается тогда, когда она в состоянии выполнить экономические задачи, поставленные реальным положением общества. Трагедия национальной экономики – когда она не в состоянии выполнить эти задачи. Реальная экономика всегда балансирует между триумфом и трагедией.

Были ли у российской экономики триумфы? Да, когда от нее не требовали выполнения неисполнимых задач: то построения хрущевского коммунизма, то перехода к зрелому социализму, то изобилия в тяжелейший период перехода к рынку. Триумфами российской экономики являются:

- столыпинская аграрная реформа, фактически перевернувшая экономическое устройство России;
- ленинская «новая экономическая политика», буквально за год возродившая российскую экономику после пяти лет разрушительной гражданской войны;
- хрущевская аграрная реформа, давшая колхозникам гражданские права;
- косыгинская реформа перехода от формального хозрасчета к реальному;
- гайдаровские рыночные реформы, которые запустили рыночный механизм функционирования современной российской экономики.

Эти триумфы объединяет общий признак – предоставление свободы первичным экономическим субъектам, той свободы, без которой не может быть – ни конкуренции, ни рынка, ни эффективности. К сожалению, сегодня российская экономика переживает не лучшие времена. И это объяснимо: каждый экономист знает, что последние 100 лет нашу экономику сотрясали кризисы, многие из которых были порождены искусственно.

Вот почему наш народ ценой многих лишений заслужил восхождение к *необратимому* триумфу своей национальной экономики.

Благодаря марксовому анализу товарного фетишизма экономисты могут заявить во всеуслышание: **экономическая наука занимает в общественном знании место, аналогичное месту физической науки в естествознании:**

- как физика объясняет все природные процессы, так и экономическая наука объясняет все социальные процессы;
- экономические законы, подобно физическим, носят универсальный характер;
- как природа не зависит от физиков, так и экономика не зависит от экономистов: мы не творим экономические законы, мы только открываем законы, скрывающиеся в сложной экономической материи.

И главный вывод: нарушение экономических законов чревато такими же катастрофическими последствиями, как и нарушение физических законов.

Противостояние с квазитоварным фетишизмом показало, что экономику ожидает триумф там, где:

- знают и чтут экономические законы;
- создан механизм самодвижения экономики;
- экономике обеспечено эволюционное развитие.

И, напротив, экономику ждет трагедия там, где:

- не считаются с экономическими законами;
- отсутствует механизм самодвижения экономики;
- экономика постоянно находится под прессом экстремальности;
- экономические законы носят самодельный характер.

Россия показала способность построить сложнейшее производство. Теперь же нам предстоит воздвигнуть нечто гораздо более сложное – современную эффективную инновационную конкурентную рыночную **экономику!** А для ее строительства нужны экономисты, которые следуют вечному завету Маркса: экономистом является тот, кто овладел редким даром: видеть невидимое, чувствовать сверхчувственное, в субъективном открывать объективное.

Так что все, жаждущие социально-эффективной экономики, – марксисты. Да не все об этом догадываются.

ОПАСНОСТЬ КВАЗИТОВАРНОГО ФЕТИШИЗМА

Современная экономика выросла из средневекового «известного» рынка. И стала рынком «неизвестным», на котором совокупное предложение пытается «вслепую» угодить совокупному спросу (Опарина & Цветкова, 2014, с. 435). Сегодня пришла уже «усталость» от «неизвестного» рынка.

Рыночная экономика всегда является «смешанной» – противоречивым сочетанием рыночного и нерыночного начал. Это значит, что товарный фетишизм может реализовать себя во всей полноте только в рамках сужающегося рыночного сектора.

А вот нерыночный сектор преобразует товарный фетишизм в «квазитоварный». В будущей креативной экономике нерыночный сектор расширит свои параметры.

В результате и товарный фетишизм неизбежно перерастет в «квазитоварный». Для его познания потребуются иная методология и иной инструментарий.

Квазитоварный фетишизм оказался опаснее «классического». Дело в том, что по мере расширения сферы прямого регулирования экономики разрастается и сфера чиновничьих институций. И именно чиновники становятся главными собственниками и главными работниками. В этих условиях квазитоварный фетишизм принимает видимость «институционального фетишизма», приписывающего мистические свойства уже бюрократическим институтам. Отсюда – вера в сверхъестественную эффективность управленческих решений чиновничьих институтов.

В квазиэкономике доминантным товаром становятся производимые чиновником циркуляры и распоряжения. Неудивительно, что реальную экономику вытесняет ее имитация – квазитоварное производство с его диковинными квазитоварами, которые неустанно изготавливаются чиновничьими структурами. Посмотрите, во что превратил квазитоварный фетишизм высшую школу и науку.

Поэтому главный лозунг сегодняшнего дня: **все на борьбу с квазитоварным фетишизмом!**

ЛИТЕРАТУРА

Атаян, В. В. (2008). Товарный фетишизм как фактор детерминации сознания // *Гуманитарные и социально-экономические науки*, 5, 11–13.

Атаян, В. В. (2016). Развертывание глобальной овеществленной ценностной ориентации в XX – начале XXI века // *Философия хозяйства*, 2, 165–173.

Бенсаид, Д. (2012). Спектакль как высшая стадия товарного фетишизма. Маркс, Маркузе, Дебор, Лефевр, Бодрийяр и т.д. М.: Институт общегуманитарных исследований.

Богданов, К. А. (2015). Жевательная резинка, ленинградские подростки и товарный фетишизм в условиях развитого социализма // *Антропологический форум*, 25, 69–90.

Бузгалин, А. В., Колганов, А. И. (2012). «Капитал» XXI века: симулякр как объект анализа критического марксизма // *Вопросы философии*, 11, 31–42.

Воейков, М. И. (2012). И. И. Рубин и методологические проблемы политической экономии (рефлексия дискуссий 1920-х гг.) // *Журнал экономической теории*, 2, 14–25.

Ефремов, О. А. (2012). Товарный фетишизм эпохи постмодерна: к вопросу о природе «нового» капитализма // *Философия и общество*, 2, 76–89.

Комаров, А. А. (2015). Товарный фетишизм в генезисе преступного поведения подростка, с. 33–40 / В сб.: Научные труды, № 5(10). Актуальные проблемы уголовного и уголовно-процессуального права: современное состояние и перспективы развития (Спецвыпуск: «Девиантное поведение подростков как форма проявления дефицита морального и нравственного развития личности»). Материалы Всероссийской научно-практической конференции.

Лисовская, И. В. (2013). Безграничное потребительство как кризис способа самореализации современного человека // *Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы*. Серыя 1. Гісторыя і археалогія. Філасофія. Паліталогія, 3, 86–91.

Маркс, К. (1960). Капитал. Критика политической экономии / В кн.: Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения, т. 23. М.: Государственное издательство политической литературы.

Нуреев, Р. М. (1985). К вопросу о месте товарного фетишизма в теории стоимости К. Маркса // *Экономические науки (Самара)*, 2, 18–23.

Опарина, Н. А., Цветкова, Г. С. (2014). Множественность факторов демонстративного потребления: эволюция исследований // *Современные проблемы науки и образования*, 5, 435.

Посыпанова, О. С. (2013). Товарный фетишизм как «маркетинговая религия» // *Практический маркетинг*, 6, 29–38.

Сергиенко, Л. (2016). Социально-экономическая генотипическая природа человека и товарный фетишизм как один из способов ее проявления // *РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция*, 4, 86–89.

Malitz, Z. (undated). Commodity fetishism // *Beautiful Trouble* (<http://beautifultrouble.org/theory/commodity-fetishism/> – Access Date: 25.05.2018).

Robinson, A. (2010). In Theory – Karl Marx's fetishisms // *Ceasefire Magazine*, September, 23 (<https://ceasefiremagazine.co.uk/in-theory-karl-marxs-fetishisms/> – Access Date: 25.05.2018).

Rubin, I. (2013). Marx's Theory of Commodity Fetishism / In: Rubin I. Essays on Marx's theory of value (<https://libcom.org/library/i-marxs-theory-commodity-fetishism> – Access Date: 25.05.2018).

Sahin, K. (2009). Karl Marx Warenfetischismus und seine Auswirkung auf die politische Ökonomie // *Hochschule Freie Universität Berlin* (<https://www.hausarbeiten.de/document/134956> – Access Date: 25.05.2018).

Tromsness, R. (2016). Marx: A Summary of «The Fetishism of Commodities» // *Owlcation*, June 13 (<https://owlcation.com/social-sciences/Analysis-of-Marx-The-fetishism-of-commodities> – Access Date: 25.05.2018).

REFERENCES

Atayan, V. V. (2008). Commodity fetishism as a factor determining the consciousness. *Humanitarian and socio-economic sciences*, 5, 11–13. (In Russian.)

Atayan, V. V. (2016). Deployment of global materialized value orientation in the XX – early XXI century. *Philosophy of economy*, 2, 165–173. (In Russian.)

Bensaid, D. (2012). The play as the highest stage of commodity fetishism. Marx, Marcuse, Debord, Lefevre, Baudrillard etc. Moscow: Institute for General Humanitarian Studies Publ. (In Russian.)

Bogdanov, K. A. (2015). Chewing gum, Leningrad teenagers and commodity fetishism under developed socialism. *Anthropological forum*, 25, 69–90. (In Russian.)

Buzgalin, A. V. and Kolganov, A. I. (2012). «Capital» of the 21st century: simulacrum as an object of analysis of critical Marxism. *Issues of Philosophy*, 11, 31–42. (In Russian.)

Efremov, O. A. (2012). Commodity fetishism of the postmodern era: On the issue of the nature of the «new» capitalism. *Philosophy and Society*, 2, 76–89. (In Russian.)

Komarov, A. A. (2015). Commodity fetishism in the genesis of teenager's criminal behavior, pp. 33–40. In: *Scientific works*, 5(10). Actual problems of criminal and criminal procedural law: current state and development prospects (Special Issue: «Deviant behavior of adolescents as a form of manifestation of a deficit of moral and moral development of the individual»). Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference. (In Russian.)

Lisovskaya, I. V. (2013). Infinite consumerism as a crisis of the way of self-realization of modern man. *Bulletin of Hrodna State University. Series 1. The history and archeology. Philosophy. political science*, 3, 86–91. (In Russian.)

Malitz, Z. (undated). Commodity fetishism. Beautiful Trouble (<http://beautifultrouble.org/theory/commodity-fetishism/> – Access Date: 25.05.2018).

Marx, K. (1960). Capital. Criticism of political economy / In: Marx K., Engels F. Coll. papers, vol. 23. Moscow: State Publishing House of Political Literature. (In Russian.)

Nureev, R. M. (1985). To the question of the place of commodity fetishism in the theory of value by K. Marx. *Economics (Samara)*, 2, 18–23. (In Russian.)

Oparina, N. A. and Tsvetkova, G. S. (2014). The multiplicity of factors of demonstrative consumption: the evolution of research. *Modern problems of science and education*, 5, 435. (In Russian.)

Popynova, O. S. (2013). Commodity fetishism as a «marketing religion». *Practical marketing*, 6, 29–38. (In Russian.)

Robinson, A. (2010). In Theory – Karl Marx's fetishisms. *Ceasefire Magazine*, September, 23 (<https://ceasefiremagazine.co.uk/in-theory-karl-marxs-fetishisms/> – Access Date: 25.05.2018).

Rubin, I. (2013). Marx's Theory of Commodity Fetishism. In: Rubin I. Essays on Marx's theory of value (<https://libcom.org/library/i-marxs-theory-commodity-fetishism> – Access Date: 25.05.2018).

Sahin, K. (2009). Karl Marx Warenfetischismus und seine Auswirkung auf die politische Ökonomie. Hochschule Freie Universität Berlin (<https://www.hausarbeiten.de/document/134956> – Access Date: 25.05.2018).

Sergienko, L. (2016). Socio-economic genotypic nature of man and commodity fetishism as one of the ways of its manifestation. *RISK: Resources, information, supply, competition*, 4, 86–89. (In Russian.)

Tromsness, R. (2016). Marx: A Summary of «The Fetishism of Commodities». Owlcation, June 13 (<https://owlcation.com/social-sciences/Analysis-of-Marx-The-fetishism-of-commodities> – Access Date: 25.05.2018).

Voeikov, M. I. (2012). I. I. Rubin and the methodological problems of political economy (reflection of the discussions of the 1920s). *Journal of Economic Theory*, 2, 14–25. (In Russian.)