

Кулигин Василий Дмитриевич

д-р экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва
e-mail: vassily_kuligin@mail.ru

Kuligin Vasilii

Doctor of Economic Sciences, State University of Management, Moscow
e-mail: vassily_kuligin@mail.ru

ИНФОРМАЦИЯ В ОТНОШЕНИЯХ ОБМЕНА

Аннотация. Представлены аргументы, обосновывающие специфику информации в отношениях обмена. Дана трактовка информации как ценности подлежащих обмену вещей. Рассмотрено содержание идеального, которое несет в себе информацию о ценности. Исследован субъективный момент в ценности, представляющий собой форму, в которую облечена информация. Выделен творческий аспект предпринимательства, связанный со скрытыми и ранее неизвестными перспективами и средствами получения прибыли. Прослежена связь между индивидуальной информацией, действиями акторов рынка и колебаниями цен.

Ключевые слова: актор рынка, идеальное, информация, знание, обмен, ценность.

INFORMATION IN RELATIONSHIP OF EXCHANGE

Abstract. Arguments, justifying the specificity of information in the relations of exchange, have been presented. The interpretation of information, as the values of the things to be exchanged, has been given. The content of the ideal, which carries information about the value, has been considered. A subjective moment in value has been examined, which is the form, in which information has been clothed. The creative aspect of entrepreneurship, which is connected with the hidden and previously unknown perspectives and means of making a profit, has been highlighted. The connection between individual information, actions of market actors and price fluctuations has been traced.

Keywords: market actor, ideal, information, knowledge, exchange, value.

Феномен информации и ее влияние на экономику во многом остается необъясненным, нарушая сложившиеся представления о рыночной эффективности и возможностях экономической политики. Несовершенство информации и связанная с ним несовершенная конкуренция требуют углубленного анализа возможностей традиционной парадигмы на ее наиболее абстрактном уровне.

Рассмотрим отношение между вещью и субъектом. А. Смит рассматривает обмен как средство помощи человеку со стороны своих ближних. Поддержка в данном случае направлена на изменение положения человека, который стремится так или иначе улучшить его. Причем большинство людей, по словам А. Смита, связывают улучшение своего положения с увеличением своего имущества [10], то есть приобретением материальных вещей. При этом люди, пишет О. Бём-Баверк, «ценят материальные блага, желают их, хлопочут из-за них не ради их самих, а ввиду того, что считают их необходимыми для своего собственного благополучия. Очевидно, стало быть, что и ключ к хозяйственным действиям людей следует искать в заботах о благополучии, в том значении, какое имеют вещи с точки зрения человеческого благополучия» [1, с. 63]. Забота о собственном благополучии играет, таким образом, роль движущей силы, побуждающей людей к деятельности. Вещи же являются носителями ценности. Что же представляет собой ценность?

Сама по себе, говорит О. Бём-Баверк, «ценность отнюдь не является объективным, внутренним свойством материальных благ, присущим им по природе; точно так же нельзя рассматривать ее как феномен чисто субъективный, коренящийся исключительно в свойствах человеческого организма; напротив, ценность представляет собой результат своеобразного отношения между объектом и субъектом. ...я хочу только резче оттенить то громадное и непосредственное значение, какое имеет субъективный момент в ценности...» [1, с. 66–67]. Это означает, что ценность представляет собой результат «отношения между объектом и субъектом», итог их взаимодействия. При этом, как утверждает О. Бём-Баверк, громадное и непосредственное значение «имеет субъективный момент в ценности». В этой формулировке необходимо обратить внимание на два момента.

© Кулигин В.Д., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Во-первых, ценность – это идеальное, которое выступает «функцией и способом существования» [4, с. 214-215] материальной системы, которая включает в себя взаимодействие общественного человека с вещью. «Идеальное – субъективный образ объективной реальности, т. е. отражение внешнего мира в формах деятельности человека, в формах его сознания и воли» [4, с. 212-213]. Какова же подлинная сущность идеального? Вот что пишет по этому поводу Э. В. Ильенков: «Идеальное», существующее вне головы и вне сознания людей, как совершенно объективная, от их сознания и воли никак не зависящая действительность особого рода, невидимая, неосязаемая, чувственно не воспринимаемая и потому кажущаяся им чем-то лишь «мыслимым», чем-то «сверхчувственным» [4, с. 243]. Отсюда следует, что идеальное – это действительность. Но это действительность особого рода. В этом своем качестве она несет в себе информацию о ценности. «Разнообразие объективной реальности, – пишут И. М. Гуревич и А. Д. Урсул, – отражается сознанием общественного человека, и в этом смысле оно становится отраженным разнообразием, свойством сознания. Информация, таким образом, присуща как материальному, так и идеальному» [3, с. 79]. В то же время, будучи «отраженным разнообразием, свойством сознания», информация не имеет ничего общего с материальной вещью, ее нельзя осязать. По своему характеру она нематериальна, невещественна, и не имеет физической природы. Но со временем она стареет [5]. При этом информация не может существовать сама по себе, без какого-либо носителя. Перечисленные характерные черты делают информацию неуловимым и трудно измеримым ресурсом [12].

Во-вторых, О. Бём-Баверк оттеняет то громадное и непосредственное значение какое, «имеет субъективный момент в ценности». Последний, вероятно, есть ни что иное, как субъективный образ ценности, которая отражается человеком в формах его сознания и воли. «Ценность, – говорит Л. Мизес, – не является имманентной, она не находится внутри предмета. Ценность внутри нас; ...она отражается в человеческом поведении» [8, с. 92-93]. Субъективный момент, таким образом, представляет собой форму, в которую облечена информация. Другими словами, субъективность момента заключается в том, что именно субъект является носителем информации. Информация может рассматриваться в качестве результата взаимодействия между объектом и субъектом. «...Ценность материальных благ представляет собой верное отражение наших основных интересов, заключающихся в стремлении к благополучию...» [1, с. 153]. Представляется, что ценность, как отражение основных интересов индивида, связана с получением информации, ее обработкой, оценкой и хранением.

По словам К. Маркса, «идеальное есть не что иное, как материальное, пересаженное в человеческую голову и преобразованное в ней» [6, с. 21]. При этом процесс пересаживания в человеческую голову и преобразования, происходящий в ней, крайне сложен. Сам по себе ход отражения влияет на результат происходящего события и даже определяет его. «Наблюдатель не только наблюдает, он утверждает и задает вопросы, которые должны быть представлены отдельными битами» [2, с. 18]. Одновременно наблюдатель сам является информационной системой. Возможности восприятия им объекта ограничены. Это определяет характер рассмотрения предмета. Между тем от глубины знания последнего во многом зависит правильность формулировки поставленных вопросов и, в конечном счете, верность получаемых ответов и точность их интерпретации.

Стремление улучшить свое положение увеличением своего имущества, равно как и забота о собственном благополучии, непосредственно связанная с оценкой вещей, являются, вероятно, константой поведения человека. Эта константа есть не что иное, как правильность, регулярность, систематичность повторения одного и того же паттерна. «Информацию, – пишет Дж. Глик, – можно рассматривать как порядок, вычлененный из беспорядка» [2, с. 266]. В данном контексте акцент делается именно на той информации, которая фиксирована, заключена в субъективном моменте, то есть вполне определенным субъектом в данном месте и в данное время.

Обмен и информация. Обмен является формой, которая ограничивает сознательную деятельность индивидов. В ситуации двойного обмена, то есть двойного совпадения желаний сторон, товаровладельцы вступают «в соприкосновение между собой» [6, с. 146]. Обмену предшествует субъективная оценка товаровладельцами как своей, так и чужой вещи. В свою очередь, эту оценку дают на основе всей имеющейся в распоряжении субъектов информации. Мотив действующих индивидов сводится к тому, чтобы обменять одно, менее желательное, состояние, на другое, более желательное [8]. Это позволит каждому участнику обмена достичь более высокого уровня удовлетворения своих потребностей по сравнению с тем, каким он мог бы быть до обмена. По словам К. Маркса, «каждый товаровладелец хочет сбыть свой товар лишь в обмен на такие товары, потребительная стоимость которых удовлетворяет его потребности. Постольку обмен

является для него индивидуальным процессом» [6, с. 98]. Однако индивидуальность процесса не ограничивается сказанным. Получаемые в обмен материальные блага должны обладать, с точки зрения благополучия индивида, более значимой субъективной ценностью, чем отдаваемые взамен. Это означает, что каждый из участников обмена в экономически рациональной сделке должен получить выгоду, которая проистекает исключительно из индивидуальных различий в оценке обмениваемых благ [1].

Действительно, разделение труда приводит к тому, что у каждого производителя оказывается избыток своих собственных продуктов и недостаток всех остальных, необходимых для него. Для обоих контрагентов, таким образом, чужие продукты ценны гораздо выше, чем свои собственные. Эта разница в оценках материальных благ, по-видимому, образует связывающую их симметрию в определении ценности. Именно отношение между противоположными определениями ценности делает обмен взаимовыгодным и, следовательно, возможным [1]. Приобретаемые блага, таким образом, будут цениться выше отдаваемых. То, что приносит большее удовлетворение, предпочитается тому, что дает меньшее удовлетворение.

В широком смысле прибыль представляет собой выигрыш, извлекаемый из деятельности. Но для того, чтобы получить ее, индивид должен отказаться от своего исходного состояния, то есть пожертвовать им. Это будет цена, которую индивиду нужно заплатить за то, чтобы обмен состоялся. Ценность этой цены можно трактовать как издержки, понесенные индивидом. Разница между издержками и ценностью более удовлетворительного состояния может быть истолкована как выигрыш, прибыль или чистый доход [8]. Сама выгода в этом простейшем определении является чисто субъективным, психическим явлением, которое нельзя измерить. По-видимому, это означает, что выгода, о которой идет речь, никак не связана с непосредственным высвобождением ресурсов. Тем не менее, оно потенциально уже заложено в решении о совершении обмена. Так, например, в рыночной цене фактора производства отражена приписываемая ему ценность. «Польза, ожидаемая от применения фактора производства (т. е. его вклад в производительность), в рыночной сделке оплачивается в соответствии с полной ценностью» этого фактора [8, с. 249]. Иными словами, в самом акте обмена присутствуют ожидания возможности извлечения дополнительных ресурсов в процессе будущего производства.

Рассмотрим, как установить различие оценок двух рассматриваемых состояний дел. Это различие имеет чисто психический и личностный характер. Оно, по словам Л. Мизеса, не открыто для проекций во внешний мир, то есть, надо полагать, не оставляет никаких материальных следов. Существуют, таким образом, две неодинаковые оценки возможного положения дел. Эти оценки нельзя сообщить или передать другому человеку [8]. Обе они представляют собой идеальное. «Человек, – пишет в связи с этим Э. В. Ильенков, – не может передать другому человеку идеальное как таковое, как чистую форму деятельности» [4, с. 225]. В то же время оба состояния дел вполне могут быть ранжированы и представлены на шкале предпочтений [8]. Обмен становится возможен только в том случае, когда две единицы каких-то благ по-разному расположены на шкалах ценностей двух разных лиц [7]. В данном случае мы имеем дело с двумя неодинаковыми субъективными оценками существующего положения. Каждая из них несет в себе определенную, присущую только им информацию. Отсюда следует, что в основе градуирования шкал или индивидуальных различий в оценке обмениваемых благ лежит информация, которой располагают индивиды здесь и сейчас.

Что же касается передачи социальной информации, то это дело субъективное и неявное. «Непосредственно идеальное, – говорит Э. В. Ильенков, – осуществляется в символе и через символ, т. е. через внешнее, чувственно воспринимаемое, видимое или слышимое тело слова» [4, с. 218]. Но «слова, оказавшиеся на бумаге или камне, – пишет Дж. Глик, – существуют сами по себе» [2, с. 39]. «Письменность, – по его утверждению, – была нужна, чтобы сохранить информацию во времени и пространстве» [2, с. 41]. В то же время эта преобразованная форма, в которую в данном случае облечена информация, позволяет передавать значение и смысловое содержание совокупности символов. Однако адекватность подобной коммуникации наталкивается на ограничение. Последнее связано с потерей части данных. Словами невозможно выразить практическое знание. Любое вроде бы явно сформулированное утверждение оказывается содержательным лишь в той мере, в какой оно интерпретируется в свете предшествующих ему не артикулируемых представлений и знаний [13]. В этом случае информация не излагается в явном виде и передается в крайне урезанной форме. «На деле, – подчеркивает Х. У. де Сото, – субъективно передается и воспринимается только минимальный объем информации, необходимый для координации социального процесса» [13, с. 34].

Информация и предпринимательство. Выше было рассмотрено поведение двух товарладельцев, которые намерены обменять принадлежащие им продукты. Производство вещей для продолжения обмена становится главным приоритетом товарладельцев. Оно ставит перед ними сложные задачи, решение которых связано с предпринимательской деятельностью. Это трудная умственная работа, нацеленная «на то, чтобы изменить настоящее и достичь своих целей в будущем...» [13, с. 25]. Трудность заключается в том, что потенциальный предприниматель имеет дело с неопределенными обстоятельствами будущего. Успех или провал его деятельности зависят от точности предвосхищения наступающих событий. Он целиком полагается на свою способность лучше понять условия, которые сложатся на рынке в будущем, чем его конкуренты [8].

В производстве, точно так же, как и в сфере обмена, рыночный агент сопоставляет свои субъективные оценки конечного результата и расходуемого для его получения блага. Акт оценивания, таким образом, одинаково присущ и процессу производства благ, и их обмену. С точки зрения индивида, осуществляющего оценивание, «расчет оправданности затрат материальных ресурсов и труда при конкретном производственном акте полностью тождествен сопоставлению ценностей товара, отдаваемого в ходе обмена, и ценности приобретаемого товара...» [7, с. 32-33]. И обмен, и производство должны быть выгодны. Этот ход рассуждений справедлив по отношению к обоим контрагентам. Оба участника такого обмена выигрывают в полезности, а их взаимосвязь не является отношением эксплуатации [9]. В результате благополучие обоих участников добровольной сделки возрастает.

Однако в реальном процессе производства речь не идет о психических явлениях прибыли и убытка, которые недоступны измерению. И прибыль, и убыток могут быть выражены в определенной сумме денег. Последняя свидетельствует о «социальном явлении, о вкладе индивида в общественные усилия в оценке других членов общества» [8, с. 273]. Прибыль, извлекаемая из процесса производства, выражается в высвобождении ресурсов, то есть создании их некоторого запаса для получения дополнительных доходов. Убыток, напротив, приводит к сокращению имеющихся запасов.

Предприниматель зарабатывает прибыль путем такой комбинации факторов производства, которая адекватна изменяющимся обстоятельствам [8]. В специфических условиях ему приходится постоянно искать новые варианты сочетания и согласования потребляемых ресурсов, добываясь при этом их высвобождения или экономии. Для этого ему требуются информация, знания. Последние представляют собой идеальный продукт, продукт умственного труда, который производится самим предпринимателем. Это обстоятельство модифицирует весь контекст информации или знаний, которым обладает действующий субъект. «...Предпринимательство, как его понимают экономисты австрийской школы, – пишет Х. У. де Сото, – (т. е. врожденная способность обнаруживать и воспринимать возможности получения прибыли и обдуманно их использовать), эквивалентно знанию, которое по существу является неявным и не артикулируемым» [13, с. 32].

При этом для проявления предпринимательства имеют значение вполне определенные черты информации или знания. К их числу, наряду с другими, Х. У. де Сото относит знание, создаваемое из ничего. Оно обнаруживается благодаря проявлению предпринимательской деятельности [13]. Следует, однако, подчеркнуть, что предприниматель действует в конкурентной среде, в которой каждый стремится узнать что-то важное быстрее других и получить за счет этого дополнительную прибыль. В этой гонке на скорость участнику приходится тратить все больше денег, чтобы не отстать от остальных [11].

В то же время само предпринимательство, как творческий акт, говорит Х. У. де Сото, «ведет к созданию из ничего новой информации или знания. Для ее получения не нужно предварительно обладать какими-либо средствами. Акт творения происходит в голове того, кто первым проявил предпринимательство» [13, с. 33]. Последнее, тем не менее, всегда связано с выбором. Предприниматель, желающий первым обнаружить и использовать возможности получения прибыли, имеет дело с непрерывным потоком разного рода сообщений. Он анализирует и выделяет из него ту часть информации, которая, как ему кажется, имеет чрезвычайно важное значение для ведения именно его бизнеса. «...Когда человек... осознает существование прибыльной возможности, – утверждает Х. У. де Сото, – в его уме возникает новая информация» [13, с. 33]. Эта информация связана с обнаружением скрытых и ранее неизвестных перспектив и средств получения прибыли. На этом автор останавливается, указывая лишь на то, что «творческий аспект предпринимательства воплощен в производстве определенного типа прибыли...» [13, с. 32]. Между тем остается неясным содержание и последствия воплощения творческого аспекта предпринимательства в процессе самого производства.

В то же время, будучи отраженным разнообразием, информация на данной стадии представляет собой не что иное, как идеальное. Последнее существует «как внутренний образ, как потребность, как побуждение и цель человеческой деятельности» [4, с. 216]. Здесь важно подчеркнуть следующее обстоятельство. Для общества в целом имеет значение только та информация, которая получена кем-либо, пусть даже неявным образом, в данном месте, в конкретный момент времени. Она индивидуальна и эксклюзивна. Поэтому такая информация претворяется в жизнь характерным – личным и неповторимым – образом, отражающим попытку предприимчивого человека реализовать какую-то цель или собственное видение мира. Стимулом для него служит то, что в сложившихся условиях только он один обладает уникальной информацией [13].

Последующие действия индивида, продиктованные этой информацией, воспринимаются другими акторами в виде колебания цен. Изменения, происходящие в сознании агентов рынка, побуждают их к проявлению ответной активности и, следовательно, к передаче и распространению информации по всему рынку. Рыночные цены представляют собой, таким образом, чрезвычайно мощную систему коммуникации. Они сообщают огромный объем информации с очень низкими издержками, ставя в известность агентов о происходящих изменениях [13]. При этом цена является «объективной категорией» [4, с. 219]. И, тем не менее, цена – «форма лишь идеальная, существующая лишь в представлении» [6, с. 105]. Благодаря системе цен «передается только самая существенная информация, и только тем, кого это касается» [15, с. 104]. Это делает возможным экономический расчет. Без свободы предпринимательства информация, необходимая каждому для оценки альтернативных решений, не может быть создана в принципе [13].

В зависимости от количества и качества поступающей информации на рынке происходят изменения в условиях обмена. Формируется отличное от прежнего скоординированное и согласованное единое целое. При этом материализация, опредмечивание получившей распространение информационной модели означает переход на более глубокие уровни понимания структуры обмена, выявление новых его элементов, их связей и отношений. Это создает возможность для увеличения объема данных и появления новой информации, нового знания. В этом смысле экономическая система производит «нематериальное знание» [13, с. 40], а сама экономика «считает себя информационной наукой» [2, с. 17].

Рассмотрим идеальное и деятельность. В данном контексте рынок трактуется как стихийный, спонтанный процесс, приводимый в движение рациональным эгоистическим поведением индивидов. С этой точки зрения состояние рынка определяется постоянно изменяющимися субъективными оценками этих индивидов и их действиями, управляемыми этими субъективными оценками [8]. При этом мотивом и движущей силой взаимодействия множества акторов «является энергия предпринимательства, которая непрерывно создает, открывает и передает информацию или знание...» [13, с. 40-41]. Высвобождение этой энергии, таким образом, невозможно без информации или знания, носителем которого является идеальное. «Без идеального образа, – пишет Э. В. Ильенков, – человек вообще не может осуществлять обмен веществ с природой, а индивид не может оперировать вещами, вовлеченными в процесс общественного производства» [4, с. 222]. Он вообще не может быть деятельным субъектом без постоянно возобновляющейся идеализации реальных предметов человеческой жизнедеятельности, без превращения их в идеальное [4]. С сутью этих утверждений, по-видимому, согласны и другие авторы. «Сама эволюция, – подчеркивает Дж. Глик, – включает в себя непрекращающийся обмен информацией между организмом и окружающей средой» [2, с. 17].

В процессе применения полученных знаний на практике предприниматель начинает приспособлять свою производственную деятельность к изменившимся исходным данным. Это означает одновременное исчерпание и устранение прежних условий и обстоятельств, в которых до этого были обнаружены возможности создания предпринимательских прибылей и убытков [8]. Но всегда ли удастся предпринимателю достичь поставленных целей? Если мы исходим из того, что рынок представляет собой открытый, недетерминированный эволюционный процесс, то его важнейшей движущей силой является человеческий выбор. Это означает, что будущая реальность формируется выбором, который еще только предстоит сделать, следовательно, сама реальность не существует независимо от этого выбора [14].

Деятельность предпринимателя, как видно, действительно всегда связана с выбором, который основывается на информации, находящейся в распоряжении предпринимателя. Однако эта информация и ее содержание не являются гарантией ожидаемого высвобождения ресурсов и получения прибыли. «Снова и снова получается так, – пишет Л. фон Мизес, – что деятельность не приводит к достижению

намеченных целей. Иногда полученные результаты ... все же дают улучшение по сравнению с предыдущим состоянием дел; в этом случае прибыль также появляется ... Но может статься, что деятельность привела к состоянию, менее желаемому, чем то, которое намеревались изменить к лучшему. Тогда разница между оценкой результата и понесенных издержек называется убытком» [8, с. 94]. В случае убытка речь идет о последствиях, которые оказываются изначально совершенно непреднамеренными, или, что то же самое, о серьезных и несомненных ожиданиях определенных результатов, которые в конечном итоге так и не наступают [16]. «На пути от замысла (ex ante) к реализации (ex post) всегда случаются ошибки, но, – считают представители австрийской школы, – свободный рынок устроен так, что ошибки сводятся к минимуму» [9, с. 32]. Обнаружившиеся в результате несогласованности и нарушения координации убытки приводят к появлению новой информации. Она сигнализирует об изменившихся условиях и открывающихся иных возможностях для извлечения прибыли. Возникшая несогласованность, таким образом, устраняется самой предпринимательской энергией [13]. Глубинная причина этого кроется, по-видимому, в ограниченности имеющегося в распоряжении агентов рынка знания. Накопление дополнительной информации, ее глубокое осмысление позволяют устранить возникающие расхождения между идеальным образом и объективными условиями. В этом смысле любые изменения идеального образа и реальной действительности следует рассматривать как исходный пункт для обретения нового, неизведанного ранее опыта рыночного взаимодействия.

Библиографический список

1. Бём-Баверк, О. фон Избранные труды о ценности, проценте и капитале / О. фон Бём-Баверк; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2009. – 912 с. – (Серия «Антология экономической мысли»).
2. Глик, Дж. Информация. История. Теория. Поток / Дж. Глик; пер с англ. – М.: Изд-во АСТ: CORPUS, 2016. – 576 с.
3. Гуревич, И. М. Информация – всеобщее свойство материи: Характеристики, оценки, ограничения, следствия; изд. 2-е. / И. М. Гуревич, А. Д. Урсул. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. – 312 с.
4. Ильенков, Э. В. Философия и культура / Э. В. Ильенков. – М.: Политиздат, 1991. – 464 с. – (Серия «Мыслители XX века»).
5. Спиридонов, Э. С. и др. Информационная экономика. Монография / Э. С. Спиридонов, М. С. Клыков, М. Д. Рукин, Н. П. Григорьев, Т. И. Балалаева, А. В. Смуров. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 288 с.
6. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии. – Т. 1 / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения; изд. 2-е. – Т. 23. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. – 920 с.
7. Мизес, Л. фон Теории денег и кредита / Л. фон Мизес; пер. с англ. и нем. изд.; под ред. и с комм. Г. Сапова. – Челябинск: Социум, 2012. – 808 с.
8. Мизес, Л. фон Человеческая деятельность: трактат по экономической теории / Л. фон Мизес; пер. с 3-го испр. англ. изд. – Челябинск, 2008. – 878 с. – (Серия «Австрийская школа» Вып. 3).
9. Ротбард, М. Власть и рынок: государство и экономика / М. Ротбард; пер с англ. Б. С. Пинскера; под ред. Г. Сапова. – Челябинск: Социум. – 2010. – 418 с. – (Серия «Австрийская школа» Вып. 22).
10. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с. – (Серия «Антология экономической мысли»).
11. Стиглиц, Дж. Крутое пике: Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса / С. Джозеф; пер. с англ. В. Лопатка. – М.: Эксмо, 2011. – 512 с.
12. Тоффлер, Э. Революционное богатство / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ПРОФИЗДАТ, 2008. – 569 с. – (Серия «Philosophy»).
13. Сото, У. Х. де Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательское творчество / У.Х. де Сото; пер. с англ.; под ред. А.В. Куряева. – Челябинск: Социум, 2011. – VIII + 202 с. – (Серия «Австрийская школа» Вып. 21).
14. Философия экономики. Антология / под ред. Д. Хаусмана; пер с англ. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2012. – 520 с.
15. Хайек, Ф. А. Индивидуализм и экономический порядок / Ф. Хайек; пер. с англ., под ред. Р. И. Капелюшников. – Челябинск: Социум, 2011. – XXVIII + 394 с. (Серия «Австрийская школа» Вып. 24).
16. Хиршман, А. О. Страсти и интересы: политические аргументы в пользу капитализма до его триумфа / пер с англ. Д. Узланера. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2012. – 200 с.

References

1. Bem-Baverk E. von. Izbrannye trudy o tsennosti, protsente i kapitale [*Selected papers about value, percent and capital*]; per. s angl., M: Eksmo, 2009, 912 p.
2. Glik J. Informatsiya. Istoriya. Teoriya. Potok [*Information: history, theory, stream*], M., 2016, 576 p.
3. Gurevich I. M., Ursul A. D. Informatsiya – vseobshchee svojstvo materii: kharakteristiki, otsenki, ogranicheniya, sledstviya [*Information – general property of matter: characteristics, estimates, restrictions, consequences*], M., 2013, 312 p.
4. Il'enkov E. V. Filosofiya i kul'tura [*Philosophy and culture*], M., 1991, 464 p.- (Mysliteli XX veka)
5. Spiridonov E. S., Klykov M.C., Rukin M. D., Grigor'ev N. P., Balalaeva T. I., Smurov A. V. Informatsionnaya ekonomika Monografiya [*Informational economy. Monography*], M., 2010, 288 p.
6. Marks K., Engels F. Kapital. Kritika politicheskoi ekonomii, T. 1 [*Capital. Criticism of Political Economy. Vol. 1*], Compositsii; izd. 2-e, Vol. 23, M.: Gosudarstvennoe izdatel'stvo politicheskoi literatury, 1960, 920 p.
7. Mises L. von. Teorii deneg i kredita [*Theory of Money and Credit*]; per. s angl. i nem. izd.; pod red. i s komm. G. Sapova, Chelyabinsk: Sotsium, 2012, 808 p.
8. Mises L. von. Chelovecheskaya deyatel'nost': traktat po ekonomicheskoi teorii [*Human action: tractate on economic theory*]; per. s 3-ego ispr. angl. izd., Chelyabinsk, 2008, 878 p. – (Seria «Avstriiskaya shkola» V. 3).
9. Rotbard M. Vlast' i rynek: gosudarstvo i ekonomika [*Power and Market. Government and Economy*], per. s angl. B. S. Pinskera; pod red. G. Sapova, Chelyabinsk: Sotsium, 2010, 418 p. – (Seria «Avstriiskaya shkola» V. 22).
10. Smith A. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov [*Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*]; per. s angl., M: Eksmo, 2007, 960 p.
11. Stiglits J. Krutoe pike: Amerika i novyi ekonomicheskii poryadok posle global'nogo krizisa [*Steep peak: America and the new economic order after the global crisis*]; per. s angl. V. Lopatka, M: Eksmo, 2011, 512 p.
12. Toffler A., Toffler H. Revolyutsionnoe bogatstvo [*Revolutionary Wealth*], M: AST: AST MOSKVA: PROFIZDAT, 2008, 569 p. – (Seria «Philosophy»).
13. Soto U. J. de. Avstriiskaya ekonomicheskaya shkola: rynek i predprinimatel'skoe tvorchestvo [*Austrian economic school: market and entrepreneurial creativity*]; per. s angl., pod red. A. V. Kuryaeva, Chelyabinsk: Sotsium, 2011, VIII + 202 p. – (Avstriiskaya shkola. V. 21).
14. Filosofiya ekonomiki. Antologiya [*Philosophy of Economics. An Antology*]; per. s angl., pod. red. D. Khausmana, M: izd-vo Instituta Gaidara, 2012, 520 p.
15. Haiek F. A. Individualizm i ekonomicheskii poryadok [*Individualism and Economic Order*]; per. s angl., pod red. R. I. Kapelyushnikova, Chelyabinsk: Sotsium, 2011, XXVIII + 394 p. – (Seria «Avstriiskaya shkola» V. 24).
16. Hirshman A. O. Strasti i interesy: politicheskie argumenty v pol'zu kapitalizma do ego triumfa [*The Passions and the Interests. Political Arguments in Favour of Capitalism before Its Triumph*]; per. s angl. D. Uzlaner, M: izd-vo Instituta Gaidara, 2012, 200 p.