

ВРЕМЯ И ИНФОРМАЦИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

С.Е. Ячин

Использование для измерения количества информации алгоритмического подхода, предложенного А.Н. Колмогоровым, вместо принятого сегодня вероятностного (шенноновского), позволяет рассматривать информацию как транспозицию времени и тем самым эффективно применить информационный подход к пониманию и оценке процессов современной экономики: в новом свете увидеть информационную природу труда, ввести процесс времени личного потребления в экономическую систему в качестве особого ограниченного ресурса, полнее раскрыть характер современной «символической» формы экономического обмена.

Информационная эпистемологическая революция в современной научной картине мира

В современной науке произошли и еще происходят воистину революционные изменения. Прежде всего, они связаны с тем, что наука стала непосредственной производительной силой (положение вещей, которое сегодня фиксируется как «экономика, основанная на знаниях» – knowledge based economy). Научное знание, вовлеченное в решение практических проблем и реализацию социальных проектов, не способно больше сохранять прежние дисциплинарные рамки. Понятно, что социальная жизнь не знает жесткого разделения на экономические, политические, правовые, культурные и социальные отношения и процессы. Полем «сборки» отдельных наук в этих условиях становится методология, которая непосредственно воплощается в проектном подходе. К этой же тенденции относится появление междисциплинарных методологических подходов, которые даже оформились в особые научные дисциплины. К таковым можно отнести синергетику, кибернетику, информатику, не говоря уже о таких классических «междисциплинарных решениях» как теории систем, организаций, операций и проч.

Если методологизацию научного знания рассматривать как первую характеристику изменений, то ко второй следует отнести радикальную трансформацию научных онтологий. Если староевропейская наука опиралась на два базовых понятия: вещества и энергии (тела и движения), то современная наука немислима без понятия информации. Информация стала третьей составляющей той картины мира, которой явно или неявно руководствуется весь комплекс современных наук. Есть все основания для того, чтобы говорить об информационной эпистемологической революции в современной науке.

Впрочем, далеко не все участники научного коммуникативного сообщества осознают характер произошедших изменений и продолжают руководствоваться «классическими» представлениями. Если иметь в виду экономическую науку, то сохраняется убеждение, что типичным экономическим отношением остается товарный или товарно-денежный обмен (думают, например, что «обмен сюртуков на сапоги» - продолжает оставаться типичным проявлением таких отношений).

Препятствием для полноценного утверждения информационной картины мира служит онтологическая неопределенность самого понятия информации, принятый в теории передачи информации вероятностный (шенноновский) способ измерения ее количества. Между тем основания такого подхода внутренне противоречивы. Если сама онтология передачи (трансляции) информации неявно полагает идею времени, то способ измерения эту идею полностью исключает¹. При этом способ измерения является решающим для картины мира, для теории и для построения всей технической базы информационных автоматов и далее для всей информационной экономики. По непонятным причинам не получил распространение другой подход к измерению количества информации, который в свое время был предложен А.Н. Колмогоровым (1956). Он полагал, что основные понятия теории информации должны и могут быть обоснованы без помощи обращения к теории вероятности. При таком подходе количество информации определяется числом шагов алгоритма, необходимых для «решения» задачи, т.е. задачи трансляции некоторой структуры. Если иметь в виду, что с формальной стороны время это есть «порядок следования»², то алгоритм и оказывается особым способом его измерения. Хотя время только в одной из своих модальностей является «порядком следования», но именно в этом измерении время тождественно информации. Информация по своему онтологическому существу есть транспозиция времени как *порядка* следования. Это означает, что информация есть «*следование порядка*» или *транслируемая [во времени] структура (форма)*³.

Противоречивость вероятностного подхода к процессу передачи информации является главным препятствием операционализации

¹ Здесь не место говорить о метафизических предпосылках и последствиях вероятностной картины мира. В общем они катастрофичны для науки. Если классическая научная рациональность считала Хаос (случайность) производным от Космоса (Порядка и Закона), то постнеклассическая рациональность пытается вывести порядок из хаоса, впадая в особый класс так называемых «перформативных противоречий».

² Эта емкая и достаточно четкая формула непосредственно принадлежит Лейбницу, при этом он следует Аристотелю, определение времени которого следующее: «время есть не что иное, как число движения по отношению к предыдущему и последующему» (Физика, IV, 11) (О философской истории понятия времени см. *Гайденок*, 2001, 2006.; *Черняков*, 2001)

³ Смысл слова «информация» следует выводить из его греческого корня «*morphe*». В этом случае *in-forma* будет буквально означать «введение в форму» и/или «ведение формы».

информационного подхода в других науках. Как результат такого подхода возникает дополнительная апория: все признают, что человечество вступило в информационную эпоху, но при этом информация не получает статуса меры социальных процессов. Отсутствие явной (на уровне измерения) связи между временем и информацией не позволят полноценно распространить информационный подход на те науки, для которых время является онтологически необходимой категорией. В первую очередь к такой науке относится экономика.

Уже в первом приближении к экономическим процессам идея относительного тождества информации и времени (информации как транспозиции времени) позволяет:

В новом свете увидеть информационную природу труда;

Ввести процесс личного потребления в экономическую систему в качестве особого ограниченного ресурса;

Раскрыть характер современной господствующей «символической» формы экономического обмена;

Установить различие между мерами стоимости, цены и ценности продукта⁴.

Информационный подход в экономике

Понимание того, что труд это не только и не столько затраты энергии и что результат труда состоит не только в увеличении/уменьшении количества какого-либо полезного вещества (угля, нефти, зерна и проч.), но это прежде всего целесообразное изменение структуры предмета, лежит в основании предпринимаемых попыток создания информационной теории стоимости (Вальтух, 1993). Исходная идея состоит в том, что использование понятия информации позволит решить проблему учета сложности труда и меры сложности формообразования продукта. Подход не нашел значительного числа сторонников. Недостатком, определившим конечную неудачу этих попыток, явилось то, что правильное понимание информации как процесса изменения структур не было принципиально завязано на время, но была принята вероятностная трактовка количества информации. Идея вероятности (которая онтологически базируется на случайности) входит в решительное противоречие с природой труда как целесообразного процесса. Не может целеполагающая деятельность получить свое измерение через случайное. Целеполагание по необходимости определяется *порядком следования* (временем) и измеряется числом шагов алгоритма (последовательностью шагов). В рамках теории алгоритмов А.Н. Колмогоров предложил простое и интуитивно ясное решение проблемы сложности объекта. Сложность определяется через минимальный

⁴ Этот пункт в данной статье не рассматривается (См. Ячин, 2003).

объем описания⁵.

Без понимания того, что время есть субстанция человеческой жизни и сознания, о чем философия говорит со времен Канта, а в современной философии это просто стало общим местом, процесс труда как информационного полагания не может быть завершен. О том, что целесообразный труд есть опредмечивание человеческих сил и способностей и что именно время есть субстанция стоимости, известно еще из классической политэкономии (прежде всего от К. Маркса), но к этому также необходимо добавить, что труд есть процесс трансформации времени как субстанции сознания в пространство (в пространственную структуру). К недостаткам прежнего (политэкономического) представления о времени следует отнести и его слишком узкое (физическое или «часовое») понимание. Фактически как классическая политэкономия так и современная экономика не учитывают реальную структуру времени, по сути редуцируют его только к одной из его модальностей, а именно – к прошедшему времени. Между тем и в самой физике (благодаря теории относительности и квантовой теории) и в философии – время полагается как имеющее гораздо более сложную структуру. Кроме реальных модальностей прошлого, настоящего и будущего, время предполагает отношение вечности и необратимости, физического и имманентного (феноменологического), моментов дления (*duratio*), порядка следования (*tempus*) и вечности (*eternitas*).

Само собой разумеется, что представление о труде не просто как издержках рабочей силы (энергии), но преимущественно как о наложении временной структуры представления на пространственную структуру предметности могло восторжествовать при условии, что значительная часть продуктов общественного производства наглядно отвечает указанной характеристике. Пока большая часть национального продукта существовала в виде количественных вещественных приращений (зерна, шерсти, железа и проч.) информационная природа труда оставалась скрытой. Она не могла выйти в определяющий *способ понимания и измерения количества труда*.

Сегодня картина другая. Большая часть ВВП производится в виде услуг, в том числе и прежде всего – информационных, а так же особых товаров, носителей и передатчиков информации. В развитых странах около 75% ВВП относится к сфере услуг⁶. Нельзя не заметить, что в общем случае услуга – это такой процессуальный продукт труда, который потребляется в реальном времени (пример – образовательная услуга или потребление ТВ-передач) или же это продукт, значимый не столько своими вещественными свойствами (вес,

⁵ Согласно этому подходу необходимое количество информации прямо пропорционально числу независимых переменных (размерности) и обратно пропорционально «гладкости» функции.

⁶ Э. Кастельс в своем фундаментальном труде «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» (ориг.изд.1996) приводит данные по семерке развитых стран. Соотношение услуги/товары устойчиво коррелирует со структурой занятости. В 1991 г. $\frac{3}{4}$ занятых было задействовано в сфере услуг с явной тенденцией к увеличению их числа.

размер), сколько структурными характеристиками (как, например, услуги парикмахерской). Соответственно – информационные товары (телевизоры, компьютеры, книги, диски и проч.) это те, что потребляются в реальном времени. Появление товаров и услуг, которые *явно* требуют времени для своего потребления, помогают в новом свете увидеть и привычные товары, отнести их в тот же ряд. Так, во времени потребляются все транспортные средства, потребление пищи – становится процессом потребления/экономии времени и т.п. Во всех случаях время потребления выходит на первый план. А цель производства непосредственно направлена на то, чтобы создать такую пространственную структуру (текст, музыку, дизайн) которая привлечет потребителя в конкуренции на ограниченный ресурс времени его жизни.

Время потребления как ограниченный экономический ресурс

Понимание труда как информационного процесса, т.е. транслируемой во времени структуры, вводит процесс личного потребления в экономическую систему. Собственно признание того факта, что личное потребление есть экономический ресурс, демонстрируется исключительным вниманием производителей к маркетингу своей продукции. Всеобщее признание того, что «маркетинг это философия современной экономики» (см. любой учебник по маркетингу) означает утверждение личного потребления как экономического ресурса. Однако это признание еще не доросло до полноценного понимания того, что личное потребление это – процесс, совершаемый в реальном времени. А потому мало внимания уделяется следующим фактам: что межотраслевая конкуренция за ограниченный ресурс времени потребителя приобрела всеобщий характер (ранее конкуренция преимущественно носила внутриотраслевой характер); что различие рабочего и свободного времени – утратило всякое значение, что в свете т.н. «престижного потребления» вопрос издержек производства потерял первостепенное значение и ряд др.

Самое существенное здесь в том (о чем нет упоминания в курсах по маркетингу), что в условиях массированного производства и платежнообеспеченного спроса лимитирующим фактором становится не столько потребность, не столько платежеспособность, сколько общий ресурс жизненного времени, которое индивид может потратить на потребление тех или иных товаров и услуг. Этот ресурс удивительно мал. Из недельного ресурса (168 часов), 112 активных, из них 36% – рабочих, около 17% – отнимает ТВ, 9% –домашние хлопоты. На все остальное – около 40 часов (36%). Человек (потребитель) не может одновременно заниматься «самостоятельной учебной работой», читать художественную литературу, смотреть телевизор, фильм, спектакль, ужинать в ресторане, разговаривать по мобильному телефону, путешествовать далее каждый может прибавить свои любимые способы времяпровождения.

Указанная зависимость масштабов производства от величины потребительского спроса – только на поверхности. В основании – решающее изменение производительных сил общества, т.е. все же самого производства,

связанное с принципиальным повышением значимости человеческого фактора или «человеческого капитала». Отсюда прямо вытекает, что вложения в человека, как в «дорогостоящую машину» имеют непосредственный экономический смысл (о чем говорил уже А.Смит). Эти вложения являются производством способностей или компетенций, необходимых современной экономике.

Особо следует сказать о такой информационной услуге, каковой является образование. Обоснование важности учета этого фактора в экономике было отмечено Нобелевской премией (Г. Беккер). С одной стороны всем понятно, что образования есть фактор производства⁷ (более того это есть определяющий фактор в экономике основанной на знаниях), но с другой – время образования никак не уложится в привычную схему различения свободного и рабочего времени, отнести к привычному пониманию издержек производства. Современная концепция непрерывного образования не позволяет вырывать из временной системы (из «порядка следования») ни один из этапов. Начальное образование так же необходимо, как и высшее профессиональное; высшее профессиональное имеет смысл лишь постольку, поскольку позволяет в дальнейшем совершенствовать (модернизировать) свои компетенции и т.д. Отсюда вырастает необходимость брать общее время человеческой жизни в качестве масштаба всех экономических расчетов. От рождения до смерти человек располагает временным ресурсом (около 600000 часов для современной России) значительная часть которого тратится на экономически значимое потребление.

Эти издержки учитываются. Затраты на обучение, культурную реабилитацию и адаптацию персонала (рабочей силы) учитываются в издержках производства. Не учитываются только собственные издержки человека на приобретение нужных производству компетенций. Причем, точно также как все производственные издержки можно в конечном итоге свести к издержкам рабочего времени, так и потребление каких-либо товаров и услуг (особенно – услуг) можно свести к издержкам личного времени. (Знакомое различие рабочего и свободного времени является нестрогим. Вместо понятия «свободного времени» мы будем говорить «личное время» подчеркивая тем самым относительность его различия от «рабочего»)⁸.

Какое значение имеет тот факт, что при потреблении некоторых товаров мы потребляем и личное время? Заметим, что за предметной оболочкой многих современных товаров скрыт коррелируемый с ними способ времяпровождения. В любом случае современный (платежеспособный и трудящийся)

⁷ В свое время еще А. Смит заметил, что «образованного человека можно уподобить дорогостоящей машине».

⁸ Используемое в специальной литературе различие «оплачиваемого» и «неоплачиваемого» времени – также не позволяет схватить особенность времени личного потребления.

потребитель⁹ в большей степени ограничен недостатком времени, чем отсутствием денежных средств. Отсюда, специфическая потребность в товарах и услугах, которые экономят время. Хороший пример это – *fast food*. Т.е. в сфере личного потребления возникает та же самая потребность, которая определила динамизм развития технологий капиталистического производства.

Подчеркнем еще раз, что в той мере, в которой в валовом продукте растет доля информационных товаров и услуг, которые не могут потребляться иначе, чем в реальном времени, необходимость в учете этого потребленного времени и включении его в общественную стоимость продукта будет все более настоятельной.

Вместе с развитием мультимедийных технологий и расширением сферы соответствующих услуг расчет издержек личного времени будет становиться все более масштабным. Конкуренция между производителями за время потребления будет соответственно расти. В этих условиях маркетологи, исследуя свои рыночные ниши, должны принять во внимание не только ограничение со стороны платежеспособности, но во все большей мере учитывать степень готовности предпочесть это время потребления услуги/товара другому, т.е. они должны принять фактор конкуренции за время потребления как важнейший.

Экономика дара

Решающее следствие, вытекающее из того факта, что доминирующей формой общественного продукта стала информационная услуга и информационный товар, состоит в полном крахе принципа эквивалентного обмена, на котором базировалось классическое товарное производство. Мировая финансовая неустойчивость, господство виртуальных рынков – общее свидетельство этого краха.

Перефразируя Маркса, который начинает свой «Капитал» («Критика политической экономии») с фразы: «Богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как огромное скопление товаров» можно сегодня сказать, что «Богатство современных обществ выступает в виде их огромного информационного насыщения». В особенности это касается знания. «В форме информационного товара, необходимого для усиления производительной мощи, знание уже является и будет важнейшей, а может быть, самой значительной ставкой в мировом соперничестве за власть», – писал еще в 1972 Ж. Лиотар в своей программной работе. (Лиотар, 1998. С.20).

Ж. Бодрийяр, одним из первых открывший тему радикальной трансформации современной экономики, по своему перефразировал Маркса назвав свою работу «К критике политической экономии знака» (Ориг.изд.1972). Автор показывает, что господствующий ныне *знаковый* обмен

⁹ В данном случае мы не рассматриваем потребительское поведение паразитирующего или праздного класса.

имеет совсем другую логику, чем эквивалентный (товарный). Коды, знаки и символы – вот что сегодня определяет логику обмена.

Всю совокупность проблем, возникающих в связи с трансформацией современной экономики, можно представить в рамках темы, получившей общее название «экономики дара» (*gift economy*)¹⁰. Понятие дара (дарообмена) позволяет более адекватно описать те новые реалии, которые возникают при производстве, обмене и распределении информационных товаров и услуг, а так же отношения в рамках развивающихся систем неформальных экономик¹¹, чем это способна сделать традиционная экономическая теория.

Острота проблемы видится в том, что фундаментальный принцип классического товарного производства: принцип максимизации полезности (выгоды или прибыли) не способен более обеспечить устойчивую социальную связь агентов производства и тем самым единство экономической системы. С другой стороны к этому же вопросу подошли через идею социального капитала (обзор см. *Стрельникова, 2003*). Среди множества его определений, как правило, признается, что социальный капитал образует кредит доверия, совершенно необходимый для функционирования суперсложных экономических систем и организаций. Так, удается показать, что фондовая стоимость некоторых современных компаний (стоимость акций) на 80% образуется за счет этого кредита (*Шихирев, 2003*).

Эта, казалось бы новая ситуация появления дополнительного фактора производства, тем не менее оказалась «хорошо забытым старым». Дело в том, что за исключением последних 300 лет именно принцип доверия и дара определял отношения экономических агентов (*Поланьи, 1949*). В экономической антропологии (которая занимается изучением исторических форм производства) этот принцип получил наименование реципроктности. Таким образом, категория социального капитала означает «возвращение» к принципам экономики дара. Но, естественно, что это возвращение идет на новых основаниях. Таким основанием является то, что господствующей формой продукта общественного производства становятся информация, знания и услуги.

Обратим внимание на четыре обстоятельства производства и потребления данных продуктов.

Во-первых, все эти продукты, так или иначе, связаны с творческой сущностью человека и творческим началом труда. Производство информации, знаний и услуг это обязательно создание чего-то нового (по крайней мере, это справедливо для каждой конкретной ситуации работы мастера на частный заказ). А дар это и есть как раз то, что делает творец. Таким образом,

¹⁰ Поисковая система google дает около 1,5 млн. ссылок на «экономику дара» и ок. 1 млн. на *gift economy*.

¹¹ В данной статье указанная сторона экономики дара не будет рассматриваться. (Подробнее см. *Барсукова, 2003*) Не отрицая важности неформальных отношений домохозяйств или фактора теневой экономики, я полагаю, что оба этих экономических явления производны от сетевых структур, которые в свою очередь являются одним из эффектов становления информационного общества.

экономика дара соответствует инновационному характеру современного производства. Экономика дара остро ставит вопрос рыночных условий создания творческого продукта. (Хайнд, 2007)

Во-вторых, сервисный характер экономики немислим без какого-то уровня доверия клиента к производителю. (Это обстоятельство всячески эксплуатирует реклама). Типичными в этом отношении являются услуги врача, юриста, учителя. Если же речь идет о передаваемом знании, то полноценный доступ к нему (к смыслу передаваемой информации) возможен исключительно в рамках личных, «доверительных» отношений учителя и ученика. Но не только – действительно важное знание, *know how* всегда передается «доверительно».

В-третьих, современная экономика еще и тем подобна «архаической», что она предполагает ситуацию сравнительного изобилия.

Отметим в этой связи принципиальное различие той ситуации, которая привела к возникновению классической политэкономии и современной. Как подчеркивал А.Смит, сама необходимость экономики (и как социального института и как науки) связана с постоянной угрозой бедности, голода и смерти. Логика классической политэкономии вся завязана на контекст нужды. Развитые современные экономики ликвидировали вопрос нужды (голода как символа первичных потребностей) и тем самым выбили еще одно основание всех политэкономических (и марджиналистских) расчетов.

Со своей стороны наблюдения антропологов позволили избавиться от предрассудка, будто архаические общества это общества голода и нужды. М.Салинз приводит данные о структуре распределения времени у собирателей и охотников. На добывание пищи затрачивается в среднем от 4 до 5 часов в день (по другим данным 1 день из четырех). Все остальное время посвящается отдыху, беседам, развлечениям (Салинз, 1999, с.32-33).

Таким образом, современная экономика дара и в этом отношении вынуждена следовать логике «экономики каменного века», как ее образно называет Маршалл Салинз.

В-четвертых, это проблема логики дарообмена или как его еще называют «символического обмена» (Бодрийяр). В целом, очевидно, что информация и услуги не могут обмениваться и распределяться по тем же правилам, что и товары-вещи и энергия. Природа информации как транслируемой [во времени] структуры, с одной стороны, делает ее бесконечно тиражируемой (с минимальными материальными издержками), а потому возникает иллюзия, что она не имеет стоимости; но с другой стороны потребление информационного продукта требует от потребителя нужной компетенции, которая обеспечит ему доступ к смыслу информации (способность ее декодирования). Отсюда, всякий имеющий доступ к кодам, считает себя полноправным владельцем информационной услуги и товара. Система интернет – демонстрирует эту особенность распространения информационных услуг в полной мере. Попытка втиснуть логику обмена и распределения информационных услуг в ложе традиционных товарно-денежных отношений, в свете тотального преобладания таких услуг на современном рынке, приводит к полному абсурду.

А.Долгин в работе «Экономика символического обмена»(2006) показывает, что общепринятая система авторского права и вырастающий на ее базе порядок ценообразования, функционирующие по модели товарного рынка, становятся серьезным препятствием для инновационного и творческого характера современного производства. Возникающие в качестве альтернативы системы свободного доступа (*copyleft*), постфактумной оплаты и коллаборативной фильтрации – едва ли смогут разрешить апории движения информационных продуктов на рынке. Выход, скорее всего, находится в институализации «интеллектуальной ренты».

Нет недостатка в попытках осмысления тех радикальных и быстрых перемен, которые происходят в современном мире. Каждая социальная и гуманитарная наука видит эти изменения и фиксирует их в рамках своего предмета познания. Но общая картина ускользает. Для ее создания нужен объединяющий онтологический подход. В данной статье в качестве такового было предложено философское понимание времени как субстанции человеческой жизни и сознания. С этой позиции открывается подход к информации как транспозиции времени и тем самым появляется возможность вернуть в экономику, где информация является доминирующим продуктом производства и личного потребления, реальное временное измерение.

ЛИТЕРАТУРА

- Автономов В.С.* Экономическая антропология и модель человека /Очерки экономической антропологии. М., 1999. С.17-58.
- Барсукова С.Ю.* Сетевая взаимопомощь российских домохозяйств: теория и практика экономики дара // Мир России. 2003. № 2.
- Беккер Г.* Экономический анализ и человеческое поведение// THESIS. Зима'93.
- Бодрийяр Ж.* К критике политической экономии знака. М.,2003. (Gallimard,1972)
- Долгин А.* Экономика символического обмена. М., 2006.
- Вальтух К.К.* Информационная теория стоимости. Новосибирск: Наука, 1996.
- Гайденко П.П.* От онтологизма к психологизму: понятие времени и длительности в 17-18 вв./ Вопросы философии, 2001. №7. С.77-99.; Она же.
- Мартин Хайдеггер:* изначальная временность как бытийное основание экзистенции /ВФ,2006.№3. С.165-182;
- Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
- Клейнер Г.Б.* Homo economicus и Homo institutus в российской институциональной среде // Общественные науки и современность. 2003. №3. С.5-18.
- Колмогоров А.Н.* Теория информации и теория алгоритмов. М.: Наука, 1987.
- Мизес Людвиг фон.* Человеческая деятельность. Трактат по экономической

теории. М.: Экономика, 2000.

Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. СПб.: Алетейя, 2002. (Ориг.изд. 1949)

Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // *Общественные науки и современность.* 2003. №2. С.5-16.

Салинз М. Экономика каменного века. М.1999. (Aldine-Atherton, 1972)

Стрельникова Л.В. Социальный капитал: типология зарубежных подходов // *Общественные науки и современность.* 2003. №2. С.33-41.

Хайнд Л. Дар. Как творческий дух преобразует мир. М., 2007. (Ориг.изд. 1983)

Черняков А.Г. Онтология времени. Бытие и время в философии Аристотеля, Гуссерля, Хайдеггера. СПб, 2001.

Шихирев П.Н. Природа социального капитала: социально-психологический подход // *Общественные науки и современность.* 2003. №2. С. 17-32.

Шрайдер Х. Экономическая антропология. СПб, 1999.

Ячин С.Е. Различение стоимости, ценности и цены как выражение модальностей времени / *Дальневосточный регион: экономика управление, финансы / Сб.статей в 2-х ч. Выпуск 3. ч.1.- Владивосток: Изд-во Дальневост.ун-та, 2003. – 164 с. С.34-49.*