

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Е.Н. Никишина¹,

МГУ имени М.В. Ломоносова (Москва, Россия)

КУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК²

Материал посвящен концепции культуры (культурного капитала) в экономической теории. Данная концепция анализируется в соответствии с пунктами критики Р. Солоу в отношении термина «социальный капитал». В статье формулируются рабочие определения культуры и культурного капитала, а также описываются каналы его продуктивного использования. Среди них: снижение неопределенности и транзакционных издержек, гармонизация формальных и неформальных правил, реализация конкурентных преимуществ, обусловленных социокультурными особенностями. В эмпирической части работы на примере международной торговли показана продуктивность культурного капитала, обусловленная эффектом снижения неопределенности и транзакционных издержек. Предложенный подход к анализу способов продуктивного использования культуры (культурного капитала), основанный на теории транзакционных издержек, может применяться при институциональном проектировании, а также при определении мер, направленных на повышение конкурентоспособности сообщества.

Ключевые слова: культура, культурный капитал, международная торговля, неопределенность, транзакционные издержки.

E.N. Nikishina,

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

CULTURAL CAPITAL AS A FACTOR OF UNCERTAINTY AND TRANSACTION COSTS

The paper deals with the concept of culture and cultural capital in the economic theory. The concept of culture is analyzed through the points of criticism of social capital by R.Solow. The paper suggests a refined definition of culture and cultural capital. Several

¹ Никишина Елена Николаевна, аспирант кафедры прикладной институциональной экономики экономического ф-та МГУ, мл. науч. сотр. лаборатории исследования социальных отношений и многообразия общества РЭШ; e-mail: elena.nikishina@gmail.com

² Раздел 5 данной статьи выполнен в ЛИСОМО РЭШ при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, грант Правительства РФ (договор № 14.U04.31.0002). Автор выражает признательность профессору А.А. Аузану и профессору Г. Гокману, а также анонимным рецензентам за конструктивные комментарии.

ways of productive use of cultural capital are described. Among them: through reduction of uncertainty and transaction costs, through use of competitive advantages, based on culture and harmonization of formal and informal rules. The effect of cultural capital on bilateral trade through reduction in uncertainty and transaction costs is tested in the empirical part of the paper. A suggested approach to cultural capital, based on transaction costs theory can be useful for institutional design, and policy-advice, aiming at the increase in competitiveness of society and the efficiency of formal institutions.

Key words: culture, cultural capital, bilateral trade, uncertainty, transaction costs.

Введение

«Культура имеет значение» — этот тезис С. Хантингтона лег в основу междисциплинарного проекта, посвященного анализу культурного фактора и его влияния на социально-экономические отношения. Выпущенная по итогам проекта книга и проведенный в 1998 г. симпозиум стали мощным импульсом для дальнейших исследований культуры и ее воздействия на общественную жизнь. В настоящее время влияние культуры на социально-экономические взаимодействия зафиксировано в лабораторных экспериментах [Henrich, 2000], подтверждено результатами эконометрических работ на макроуровне [Guiso et al., 2006], описано исследователями и практиками в области управления организациями [Hofstede, 2001].

Концепция культуры (культурного капитала) начала развиваться позже социального капитала, но, вероятно, проходит через те же стадии. На протяжении нескольких десятилетий социальный капитал критиковали как неудачную экономическую метафору, утверждая, что содержание этого понятия не может быть названо капиталом, так как его невозможно измерить, невозможно оценить инвестиции в социальный капитал и амортизацию социального капитала, а также рассчитать отдачу от него. [Solow, 1995]. В ответ на критику Р. Солоу, Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес предложили скорректированное определение социального (гражданского) капитала, которое соответствует предъявляемым требованиям [Guiso et al., 2011]. Авторы описали методы его измерения, способы накопления и особенности амортизации, а также создаваемые им экономические эффекты.

Цель настоящей статьи — проанализировать используемую в экономической теории концепцию культуры (культурного капитала) в соответствии с пунктами критики Р. Солоу, а также провести эмпирическую проверку гипотезы о продуктивности культуры (культурного капитала). Первый параграф статьи посвящен определению

культуры и культурного капитала и способам включения их в экономический анализ. В параграфах 2–4 концепция культуры (культурного капитала) анализируется в соответствии с пунктами критики Р. Солоу. Наконец, в пятом параграфе приведена количественная проверка гипотезы о продуктивности культурного капитала.

1. Определение культуры / культурного капитала

Основоположник концепции культурного капитала П. Бурдьё указывал, что отличительной особенностью культурного капитала является то, что он может принимать не только овеществленные, но и «инкорпорированные формы, воплощаясь как в отдельных людях, так и в отношениях между людьми» [Bourdieu, 1986]. Рассуждая о содержании концепции культурного капитала в экономической теории, Д. Тросби, напротив, определяет его как актив, «воплощающий, хранящий или обеспечивающий культурную ценность в дополнение к любой экономической ценности, которой он может обладать» [Тросби, 2013, 72].

В отличие от концепции социального капитала, термин «культурный капитал» еще не вошел в категориальный аппарат экономистов, которые вместо него часто используют слово «культура». Р. Бойд и П. Ричерсон [Boyd, Richerson, 1985] определяют культуру как передачу знаний, ценностей и других факторов, влияющих на поведение, от одного поколения к другому путем обучения и имитации. М. Кассон [Casson, 2006] пишет, что культура – это разделяемые ценности и убеждения, относящиеся к фундаментальным вопросам жизни, а также средства их выражения. По Г. Хофстеде, культура – коллективное программирование мышления, отличающее членов одной группы людей от другой [Hofstede, 2001, p. 9]. Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес определяют культуру как ценности и убеждения, которые этнические, религиозные и социальные группы передают сравнительно неизменными из поколения в поколение [Guiso et al., 2006]. Таким образом, жесткое ядро в определениях культуры составляют *ценности и поведенческие установки, разделяемые определенной группой и медленно меняющиеся во времени*.

Существует несколько способов включения культуры в экономический анализ. Культура может рассматриваться как:

- фокальная точка¹;

¹ Под фокальной точкой понимают психологический феномен, позволяющий посредством подобия в алгоритмах принятия индивидуальных решений обеспечить согласованность действий экономических агентов в условиях, когда возможность

- общественное благо;
- параметр целевой функции;
- часть институциональной среды.

Фокальная точка. Анализируя особенности средневековой торговли, А. Грейф констатирует, что естественная фокальная точка для Генуи – индивидуализм, а для Магриба – коллективизм. Именно с этими различиями А. Грейф связывает то, что в Генуе заключались формальные контракты, развивалась судебная система, обеспечивающая их исполнение, в то время как в Магрибе превалировали неформальные контракты, достоверность которых обеспечивалась репутацией и санкциями со стороны общества [Greif, 1994].

Общественное благо. М. Кассон отмечает, что культура – неосязаемое общественное благо [Casson, 2006]. Ценности и верования могут разделяться группой людей, вместе с тем при потреблении отсутствует конкурентность и исключаемость доступа к культурным ценностям. Кроме того, культура может трактоваться как благо, поскольку обладает внутренней ценностью или поскольку позволяет достигнуть определенной цели [Reisman, 1990]. С инструментальной точки зрения, подход к трактовке культуры через общественное благо удобен, когда культура рассматривается как результат, а не фактор взаимодействия, в частности при рассмотрении культурной трансмиссии как проблемы коллективных действий, возникающей при производстве общественного блага – социально значимых и эффективных с общественной точки зрения культурных норм.

Параметр целевой функции. При включении ценностей и поведенческих установок в экономический анализ ключевое свойство ценностей состоит в том, что они определяют характер целевой функции человека (группы). Ключевое свойство поведенческих установок – в том, что они определяют способ достижения целей. Такой подход позволяет включать культуру через функцию полезности и целевую функцию в микроэкономические модели потребительского выбора.

Часть институциональной среды. Наконец, еще один подход к анализу культуры связан с рассмотрением ее как части институциональной среды – медленно меняющихся надконституционных правил. Он позволяет говорить о продуктивном, контрпродуктивном или нейтральном экономическом эффекте культуры, возникающем в зависимости от соотношения между нормами, предписы-

непосредственного обмена информацией исключена [Shelling, 1960; Шаститко, 2010].

ваемыми формальными институтами и неформальными правилами (культурой).

Таким образом, рабочее определение *культуры* в экономической теории может быть сформулировано следующим образом: *культура (в экономическом понимании) — ценности и поведенческие установки, разделяемые определенным сообществом и медленно меняющиеся во времени, обладающие свойством фокальной точки и признаками общественного блага, определяющие особенности целевой функции индивида и являющиеся частью институциональной среды.*

В настоящее время концепция культуры (культурного капитала) разработана экономистами хуже, чем концепция социального капитала. При этом, поскольку социальный капитал можно описать в терминах культуры, а культуру нельзя полностью описать в терминологии социального капитала, последний может рассматриваться как часть культуры (культурного капитала) [Аузан, Никишина, 2013].

Применительно к доказательству продуктивности культуры это означает, что задача в отношении социального (гражданского) капитала уже частично решена Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес. Вместе с тем можно предположить, что свойство продуктивности справедливо также для других элементов культуры, не являющихся частью социального капитала.

2. Измерение культуры / культурного капитала

Одно из направлений критики Р. Солоу термина «социальный капитал» состояло в том, что он должен быть измерим, пусть и косвенно. Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес в ответ на критику описывали прямые и косвенные способы оценки социального капитала, позволяющие измерить ценности и убеждения как при помощи опросов и экспериментов, так и при помощи косвенных показателей — донорства крови, явки на выборы и др.

Тот же подход применим к оценке культуры. Помимо базы Всемирного исследования ценностей (WVS), содержащей отдельные вопросы, которые могут использоваться для характеристики ценностей и культурных норм, существует более десяти широко используемых методик социокультурных измерений¹. Среди них: методика Э. Холла, Г. Хофстеде, Ш. Шварца, Ф. Тромпенаарса, Р. Инглхарта, Р. Льюиса, Ф. Клакхона и Ф. Стродбек, М. Бонда и К. Леунга, Г. Триандиса, Р. Хауза и др. Эти методики были созданы в тече-

¹ Социокультурное измерение — показатель, характеризующий ценности или поведенческие установки индивида или группы.

ние последних 60 лет исследователями, работающими в самых разных предметных областях: от антропологии (Э. Холл) и лингвистики (Р. Льюис) до психологии (Г. Триандис, М. Бонд, К. Леунг), социологии (Ф. Клакхон и Ф. Стродбек, Г. Хофстеде) и экономики (Ф. Тромпенаарс).

Ряд методик используется преимущественно на микроуровне (например, методика Ф. Тромпенаарса, Р. Льюиса и др.), другие — на макроуровне (например, методика Г. Хофстеде, Р. Инглхарта, Ш. Шварца). Большинство измерений строится на основе опросов, причем авторы используют как репрезентативные выборки (Всемирное исследование ценностей, методика Р. Инглхарта), так и гомогенные выборки (методика Г. Хофстеде, Ш. Шварца, GLOBE и др.). При этом какую бы методологию не использовали исследователи, введенные ими социокультурные измерения обладают по крайней мере одним общим свойством: во всех методиках социокультурные измерения сопряжены с определенными типами поведения людей в широком спектре ситуаций.

Всего в приведенных выше методиках выделено 47 социокультурных измерений. Их подробное описание и поведенческие модели, сопряженные с разной выраженностью социокультурных измерений, можно найти как в первоисточниках, так и в многочисленных обзорных работах, сделанных отечественными [Лебедева, Татарко, 2009] и зарубежными авторами [Ng et al., 2007].

Анализ и группировка введенных исследователями социокультурных показателей позволяет не только систематизировать имеющиеся данные о культуре, но и определить относительную значимость культурных измерений в социально-экономических взаимодействиях. Поскольку авторы данных социокультурных методик представляют различные предметные области, размер выделенных групп социокультурных измерений будет отражать их сравнительную важность для социальных, экономических и политических отношений. Результаты соотнесения социокультурных измерений приведены в табл. 1¹.

¹ В силу того, что культурное измерение «маскулинность» у Г. Хофстеде отвечает одновременно за характер разделения гендерных ролей и особенности поведения (напористость/кооперативность), показатель продублирован в двух категориях. Поскольку социокультурные измерения Э. Холла «высокий / низкий контекст» и Ф. Тромпенаарса «специфичные / диффузные культуры» описывают особенности разделения ролей в обществе и специфику коммуникации, эти показатели также продублированы в двух категориях: «разделение ролей: число / разграничение» и «коммуникация: характер коммуникации».

Методики социокультурных измерений

	Клочкин и Стрелбук	Хофстеде	Ингхарт	Триалис	Шварц	GLobe	Льюис	Тромпенаар	Бодн и Деун
Время	Последовательность решения задач во времени	Холл					Монокультурные / поликультурные культуры	Синхронность/ асинхронность	
	Приоритеты во времени	Полученные/ монокультурные культуры	Долгосрочная ориентация			Ориентация на будущее		Ориентация на прошлое/ будущее	
Отношения в обществе	Инициатива- группа	Взаимоотношения между людьми	Индивидуализм	Индивидуализм/ коллективизм	Привлечение/ автономия	Коллективизм II- внутривультовой	Индивидуализм/ коллективизм	Индивидуализм/ коллективизм	
	Власть, статус		Дистанция власти		Иерархия/ равноправие	Дистанция власти		Дестигнутый/ престижный	
Отношение к правилам	Отношение к неопределенности		Исбегание неопределенности			Исбегание неопределенности		Универсализм/ партикуляризм	
	Обязательность правил/ обязательность выполнения		Терпимость/ ограничения	Плотность					
Разделение ролей	Между мужчинами/ женщинами		Маскулинность			Гендерный эгалитаризм			
	Число/ разграничение	Высокий/ низкий контекст		Сложность				Специфичность/ диффузность	
Деятельность	Человек – окружающий мир	Отношения человек/ окружающий мир			Гармония/ мастерство			Внутренний/ внешний контроль	
	Альтруизм/ эгоизм	Человеческая природа	Маскулинность			Гуманизм			Социальный шагизм
	Конкуренция/ сотрудничество	Деятельность	Высказывание/ самонаражение			Напористость			
	Целеполагание					Ориентация на производительность			
Коммуникация	Стиль						Монокультурные/ поликультурные культуры	Нейтральность/ аффективность	
	Характер коммуникации	Высокий/ низкий контекст					Реактивные культуры	Специфичность/ диффузность	
Картины мира			Традиционные/ региональные					Динамичность/ инертность	
Использование пространства		Пространство							

Источник: составлено автором.

Из табл. 1 следует, что наибольшей частотностью (и, соответственно, значимостью) обладают культурные измерения, описывающие отношения в обществе между индивидом и группой (6 культурных измерений), отношения в обществе по поводу власти и статуса (6 культурных измерений), а также особенности расстановки приоритетов во времени (4 культурных измерения).

Таким образом, накопление эмпирической базы социокультурных измерений позволяет, с одной стороны, проводить межстрановые сопоставления, с другой стороны – фиксировать выраженность социокультурных характеристик в разных странах и оценивать их влияние на социально-экономические отношения. Кроме того, одновременное использование социокультурных измерений из разных методик, но принадлежащих к одному смысловому блоку, позволяет повысить точность выводов, получаемых на основе качественного и количественного анализа данных.

3. Инвестирование и проблема амортизации

Другим ключевым требованием, предъявляемым Р. Солоу к термину «социальный *капитал*», является существование «наблюдаемого» процесса инвестиций, приводящего к росту запаса социального капитала, а также обратного ему процесса амортизации. Отвечая на этот пункт критики, Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес обращаются к особенностям культурной трансмиссии, применимой как в отношении социального (гражданского) капитала, так и культуры.

В настоящее время выделяют несколько каналов трансляции культурных ценностей: семья, школа, университет, церковь, СМИ, армия, тюрьма [Аузан, 2013]. К основным относят семью и образование [Bisin, Verdier, 2010; Guiso et al., 2010]. Причем, как и в случае с социальным (гражданским) капиталом, развитие ценностей сопряжено с издержками: затрачиваются либо ресурсы семьи (время, контроль за исполнением правил), либо общественные ресурсы (оказание образовательных услуг, наказание за несоблюдение распространенных в обществе норм и т.д.) [Guiso et al., 2010].

Кроме того, как и в случае с социальным (гражданским) капиталом, отдача от инвестиций в культурный капитал и сами инвестиции, как правило, разнесены во времени. Это обусловлено особенностями основных каналов трансмиссии: межпоколенческая передача ценностей и формирование ценностей в процессе обучения требуют времени.

Что касается амортизации, то, как и в случае с социальным (гражданским) капиталом, «износ» культурного капитала может происходить по нескольким каналам. Во-первых, за счет притока мигрантов, принадлежащих к другой культуре и, соответственно, обладающих другим набором ценностей и поведенческих установок. Во-вторых, культурный капитал может уменьшаться из-за увеличения мобильности населения и глобализационных процессов. Вместе с тем глобализация и рост мобильности населения могут приводить к исчезновению одних ценностей и поведенческих установок, но к укреплению других. В частности, можно предположить, что мобильность населения способствует формированию нормы терпимости к представителям других культур. В-третьих, культурный капитал может уменьшиться в силу исторических событий, меняющих соотношение выгод и издержек следования определенной норме, а также меняющих убеждения людей о допустимости того или иного поведения.

4. Продуктивность культурного капитала

Анализ исследований, описывающих влияние культуры на экономическое развитие, а также обзор методик социокультурных измерений позволяют предположить существование ряда каналов продуктивности культурного капитала. Среди них:

- 1) снижение неопределенности среды;
- 2) снижение транзакционных издержек¹;
- 3) использование конкурентных преимуществ, обусловленных социокультурными факторами;
- 4) гармонизация формальных и неформальных правил и др. (рис. 1).

Так, культура (культурный капитал) позволяет снизить уровень неопределенности и перевести ее из структурного типа в параметрический. То есть культура может рассматриваться в качестве структурирующего фактора, исполняющего координационную функцию и, соответственно, снижающего транзакционные издержки взаимодействия между членами сообщества. Причем, поскольку влияние культуры проявляется в большей степени при отсутствии формаль-

¹ Несмотря на кажущуюся схожесть каналов 1 и 2, они выделены в отдельные виды, поскольку снижение неопределенности не всегда сопровождается снижением транзакционных издержек. В частности, при взаимодействии представителей маскулинных, напористых культур, неопределенность взаимодействия снижается, но транзакционные издержки – нет.



Рис. 1. Продуктивность культурного капитала
 Источник: составлено автором.

ных институтов, можно констатировать сравнительно более высокую продуктивность культуры (культурного капитала) при осуществлении взаимодействий в отсутствие формальных правил.

Другой канал продуктивности культуры (культурного капитала) связан с экономией на транзакционных издержках, возникающих в случае различий в поведении, предписываемом разными культурными нормами. В табл. 2 представлены результаты анализа транзакционных издержек, генерируемых различиями по отдельным социокультурным измерениям и сгруппированным в тематические блоки (см. табл. 1)¹.

Результаты проведенного анализа показывают, что наибольшее влияние на эффективность взаимодействия между представителями разных культурных групп оказывают различия по социокультурным измерениям, описывающим отношения в обществе по поводу власти и статуса, отношения между человеком и группой, отношение к неопределенности, а также отношение ко времени. Что касается отдельных видов транзакций, то при осуществлении транзакций сделки можно ожидать появление дополнительных издержек, возникающих из-за различий по социокультурным измерениям, описывающим после-

¹ В настоящее время существует несколько подходов к определению и типологизации транзакционных издержек. Среди них – подходы Дж. Уоллиса и Д. Норта, Э. Фуруботна и Р. Рихтера, П. Милгрона и Дж. Робертса, Т. Эггертсона, Р.И. Капелюшниковой, А.Е. Шаститко и др. Поскольку универсальной классификации транзакционных издержек в настоящее время не существует, выбор подхода, как правило, обуславливается исследовательской задачей. При анализе транзакционных издержек, генерируемых различиями по социокультурным показателям, далее использовались первые три классификации.

Транзакционные издержки, генерируемые различиями по социокультурным измерениям

Группы социокультурных измерений		Уоллис-Нортг			Фуруботи-Рихтер			Милграм-Робертс	
		Exante	Exinterim	Expost	Рыночные	Управленческие	Политические	Координационные	Мотивационные
		–	2	2	2	2	2	2	2
Время	последовательность решения задач во времени	1	–	2	2	1	2	2	–
Отношения в обществе	приоритеты во времени	1	1	–	2	1	–	2	2
	индивид-группа	1	–	2	2	2	2	2	2
Отношение к правилам	власть, статус	2	2	2	2	2	2	2	–
	отношение к неопределенности	–	–	–	–	–	1	1	2
Разделение ролей	обязательность правил	–	–	–	–	–	1	–	–
	терпимость/ограничения	–	–	–	–	–	1	–	–
	между мужской и женской	–	–	–	–	–	1	–	–
Деятельность	число, разграничение	–	–	–	–	–	2	–	–
	человек-окружающий мир	–	–	–	–	1	1	1	–
	целологание	–	–	–	–	–	1	–	1
Коммуникация	конкуренция/кооперация	–	–	–	–	1	2	1	–
	альтруизм/эгоизм	1	–	1	1	1	1	1	–
Картини мира	стиль	1	–	–	–	1	1	–	2
	характер коммуникации	1	–	–	–	1	1	1	–
Использование пространства		–	–	–	–	–	1	–	1

Источник: составлено автором.

Примечание. Цифрами 1 (средняя) и 2 (высокая) обозначена интенсивность транзакционных издержек, генерируемых вследствие различий по соответствующему социокультурному измерению.

довательность решения задач во времени, отношения в обществе между человеком и группой, отношения по поводу власти и статуса, а также отношение к неопределенности. Для трансакций управления наибольшее значение будут также иметь различия в отношении ко времени, отношениях между человеком и группой, отношениях по поводу власти и статуса, особенностях распределения ролей в обществе, а также преобладание кооперативного или конкурентного типа поведения.

Социокультурный профиль (набор ценностей, поведенческих установок) может определять набор конкурентных преимуществ при осуществлении определенных видов деятельности. Например, общества с низким избеганием неопределенности будут обладать сравнительными преимуществами в инновационной деятельности, общества с высоким избеганием неопределенности – в тех видах деятельности, которые требуют точного соблюдения инструкций и стандартов [Hofstede, 2001].

Наконец, в зависимости от того, как соотносятся между собой нормы, предписываемые формальными институтами и культурой, культура (культурный капитал) может быть продуктивным, контрпродуктивным или нейтральным фактором экономических взаимодействий. Соответственно, еще одно направление продуктивного использования культурного капитала сопряжено с гармонизацией формальных и неформальных институтов [Аузан, Никишина, 2013].

Вероятно, существуют и другие каналы продуктивности культурного капитала. При этом нельзя говорить о существовании единственной успешной культурной формулы как на макро-, так и на микроуровне. Успешность обуславливается не конкретным набором характеристик, а тем, используется их продуктивный потенциал или нет.

Подводя итог изложенному в параграфах 2–4, можно констатировать, что используемое рабочее определение культуры (культурного капитала) в целом отвечает требованиям, которые предъявлял Р. Солоу к термину «социальный капитал», и может рассматриваться в качестве капитала, фактора эффективности экономических отношений. Чтобы подчеркнуть продуктивность культуры, далее используется следующее рабочее определение культурного капитала: *культурный капитал – культура в ее экономическом понимании, которая обладает свойствами измеримости, накопления, амортизации, продуктивности благодаря снижению неопределенности среды и трансакционных издержек, реализации специфических конкурентных преимуществ, гармонизации формальных и неформальных правил и т.д.*

5. Продуктивность культурного капитала на примере межстрановой торговли

В параграфе 4 были представлены четыре канала продуктивности культурного капитала. В параграфе 5 на примере международной торговли проверяется продуктивность двух каналов, связанных со снижением неопределенности, а также трансакционных издержек, возникающих при взаимодействии культурно близких групп. Выбор межстрановой торговли в качестве объекта исследования позволяет нивелировать методологическую проблему, обусловленную различными уровнями анализа культуры и экономики. В данном случае и характеристики культуры, и показатели экономической активности рассматриваются для агрегированного уровня, уровня страны [Beugelsdijk, Maseland, 2014].

В современных исследованиях по международной торговле положительное воздействие общего культурного признака (языка, религии, цивилизации, колонии и т.д.) на двустороннюю торговлю не подвергается сомнению [Rauch, 1999; De Groot, 2004; Gokmen, 2013]. Вместе с тем отсутствует консенсус относительно характера влияния на межстрановую торговлю культурных расстояний, рассчитанных на показателях Г. Хофстеде и Ш. Шварца. [De Groot et al., 2009; Ng S. et al., 2006]. Наконец, существуют работы, зафиксировавшие позитивное влияние на двустороннюю торговлю культурных сетей, создаваемых мигрантами, а также общими (как правило, доминирующими) этническими, лингвистическими или религиозными группами [Rauch, Trinidad, 2002].

В рамках данного исследования рассматривались две гипотезы:

- 1) наличие одинаковых этнических, лингвистических, религиозных групп в двух странах (доминирующих или вторых по величине) увеличивает объем двусторонней торговли.
- 2) на двустороннюю торговлю влияют расстояния по отдельным социокультурным измерениям.

При проверке гипотез использовались данные по международной торговле из базы ООН United Nations' COMTRADE. Фиктивные переменные для лингвистических, этнических и религиозных групп были построены на основе данных, собранных Т. Эллингсен за период с 1945 по 1994 г., а также базы данных ЦРУ World Factbook за период с 1995 по 2013 г. Расчет культурных расстояний производился по формуле Б. Когута и А. Сингха [Kogut, Singh, 1998] на данных Г. Хофстеде и проекта GLOBE. Большая часть контрольных

переменных была взята из базы данных Т. Майера¹. В силу того, что чувствительность различных групп товаров к культуре неодинакова, при проверке гипотез использовалась разработанная Дж. Раухом разбивка на три категории: гомогенные товары, товары с референтной ценой и дифференцированные товары² [Rauch, 1999].

Для проверки гипотез³ применялась следующая спецификация гравитационной модели [Gokmen, 2013]:

$$\log Imports_{ijt} = a + \gamma C_{ij} + \alpha_k \tau_{kijt} + R_i + R_j + \varepsilon_{ijt},$$

где $Imports_{ijt}$ – импорт страны j из страны i в период времени t ; C_{ij} – переменные, отвечающие за культуру; τ_{kijt} – контрольные переменные, описывающие торговые барьеры; R_i – фиксированные эффекты для страны-экспортера; R_j – фиксированные эффекты для страны-импортера.

В табл. 3 представлены результаты оценки регрессионных моделей для импорта дифференцированных товаров.

Полученные оценки коэффициентов соответствуют базовым предпосылкам стандартной теории международной торговли. Так, расстояние между странами увеличивает транспортные издержки, снижая торговые потоки, в то время как наличие между странами общей границы при прочих равных условиях торговлю увеличивает. Вхождение двух стран в ВТО, наличие между странами регионального торгового соглашения, общая валюта – все это снижает издержки осуществления обмена, увеличивая межстрановые торговые потоки. Существование двух стран в рамках одного колониального государства, принадлежность к одной и той же правовой системе снижают неопределенность взаимодействия, в результате чего при прочих равных условиях межстрановая торговля повышается.

¹ См. персональную страницу Т. Майера. URL: <http://econ.sciences-po.fr/thierry-mayer/data>.

² Гомогенные товары – товары, торгуемые на бирже (например, зерно, нефть и др.). Товары с референтной ценой – товары, не торгуемые на бирже, но цены на которые публикуются в специализированных торговых изданиях (например, продукты полимеризации и сополимеризации, сигареты и др.) Дифференцированные товары – все прочие товары, не торгуемые на бирже и не обладающие референтной ценой (например, обувь, одежда и т.д.).

При выделении продуктовых групп использовалась классификация товаров SITC-2.

³ Оценка гравитационных моделей производилась в статистическом пакете STATA при помощи команды `reg2hdfc`, реализующей алгоритм Guimaraes и Portugal (2009) для оценки многомерных линейных регрессий с фиксированными эффектами. При расчетах производилась кластеризация стандартных ошибок.

Таблица 3

Результаты оценки влияния параметров культуры на межстрановую торговлю

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Majority-majority ethnic groups	0,908***							
Majority-majority linguistic groups		0,848***	0,270***					
Majority-majority religious groups				0,786***	0,382***	0,182***		
Minority-minority ethnic groups								
Minority-minority linguistic groups								
Minority-minority religious groups								
log dist uncertainty avoidance								
log dist uncertainty avoidance							-0,039***	-0,039***
Ln Distance	-1,477***	-1,428***	-1,479***	-1,517***	-1,505***	-1,497***	-1,417***	-1,413***
contiguity	0,687***	0,739***	0,724***	0,718***	0,824***	0,572***	0,058	0,039
Both GATT	0,649***	0,641***	0,639***	0,642***	0,653***	0,668***	0,383***	0,390***
RTA	0,824***	0,834***	0,813***	0,836***	0,816***	0,845***	0,123*	0,111
Common currency	0,216*	0,158	0,202*	0,337**	0,384***	0,272***	-0,421***	
GSP	0,404***	0,409***	0,403***	0,443***	0,251***	0,434***	0,662***	0,682***
Same legal origin	0,482***	0,396***	0,482***	0,527***	0,475***	0,512***	0,363***	0,361***
colony	1,018***	0,853***	0,985***	0,995***	0,738***	1,061***	0,683***	0,695***
Importer-year-effect	YES							
Exporter-year-effect	YES							
N	331,990	331,105	331,105	271,903	227,509	245,443	112,218	112,218
R ²	0,763	0,764	0,763	0,754	0,746	0,766	0,873	0,873

Примечания. Зависимая переменная: логарифм импорта дифференцированных товаров¹ в соответствии с либеральной классификацией Дж. Рауха.

* — $p < 0,1$; ** — $p < 0,05$, *** — $p < 0,01$

¹ В столбцах 1–6 приведены результаты расчетов для периода 1995–2013 г., в столбцах 7–8 — для периода 1972–2013 гг. Разбиение данных в случае 1–6 на два периода (до 1995 г. и после 1995 г.) обусловлено отсутствием единого источника, в котором была собрана информация по культурным группам.

Что касается социокультурных параметров, то из таблицы видно, что совпадение этнических, лингвистических и религиозных групп в двух странах при прочих равных условиях приводит к увеличению объемов межстрановой торговли. Этот эффект объясняется как спросом, который меньшинства могут предъявлять на культурно-специфичные дифференцированные товары, произведенные в «стране происхождения» (столбцы 1–3), так и снижением транзакционных издержек при взаимодействии представителей одной культурной группы (столбцы 1–6).

Принимая во внимание деперсонализированный характер обмена, свойственный международной торговле, а также анализ транзакционных издержек, генерируемых различиями по отдельным социокультурным показателям, приведенный в табл. 2, можно также ожидать сравнительно меньших объемов торговли между странами, различающимися по культурному измерению «избегание неопределенности». Причем основной канал, через который расстояние по показателю «избегание неопределенности» может влиять на межстрановую торговлю, – это генерирование транзакционных издержек, существенных для эффективности заключения сделки. Избегание неопределенности (степень, с которой люди избегают неопределенных ситуаций) влияет как на транзакционные издержки измерения и поиска информации, необходимой для подготовки к заключению контракта, так и на процесс переговоров и заключения контрактов. Соответственно, различия в уровне избегания неопределенности будут приводить к значительному росту рыночных транзакционных издержек, что будет снижать объемы межстрановой торговли. Результаты проведенных расчетов (столбцы 7–8) подтверждают выдвинутую гипотезу. Полученные эффекты статистически значимы для валового импорта в целом, а также для дифференцированных товаров и товаров с референтной ценой в частности¹.

Подводя итог эмпирической части, можно констатировать, что проведенные расчеты в целом подтверждают гипотезы о каналах

¹ Для проверки устойчивости полученных результатов были также построены регрессии для альтернативного источника данных по международной торговле с разбивкой на товары с референтной ценой, дифференцированные и гомогенные товары – VACI CEPD, а также для альтернативного источника данных по уровню избегания неопределенности (данные GLOBE). Проведенные расчеты в целом подтвердили негативную связь между расстоянием по показателю избегание неопределенности и объемом межстрановой торговли, а также положительную связь между общими культурными группами и объемом межстрановой торговли.

продуктивности культурного капитала, связанных со снижением неопределенности и трансакционных издержек. При прочих равных условиях объем межстрановой торговли будет выше для стран, в которых есть общие культурные группы, а также для стран, незначительно отличающихся по культурному показателю «избегание неопределенности».

Заключение

В настоящее время термин «культурный капитал», в отличие от социального капитала, еще не вошел в категориальный аппарат экономистов, которые вместо него обычно используют термин «культура». Анализ понятия культуры в соответствии с пунктами критики Р. Солоу в отношении термина «социальный капитал» позволяет говорить о культуре в терминах капитала. Можно предположить, что сейчас существуют по крайней мере четыре способа продуктивного использования культурного капитала:

- 1) за счет снижения неопределенности;
- 2) за счет снижения трансакционных издержек;
- 3) за счет использования конкурентных преимуществ, обусловленных социокультурной спецификой;
- 4) за счет гармонизации формальных и неформальных правил.

В данной работе на примере межстрановой торговли показана продуктивность культурного капитала, обусловленная эффектом снижения неопределенности и трансакционных издержек.

Предложенный подход к анализу способов продуктивного использования культурного капитала на основе теории трансакционных издержек может применяться на микро- и макроуровне, в том числе, при институциональном проектировании, а также определении направлений повышения конкурентоспособности сообщества. Результаты эмпирического анализа могут быть полезны при решении ряда практических проблем в области межстранового взаимодействия, например, для совершенствования торговой политики и разработки мер, снижающих негативные эффекты, вызванные культурными расстояниями. Дальнейшие направления исследования связаны с поиском и доказательством других каналов продуктивного применения культурного капитала в социально-экономических отношениях.

Список литературы

1. *Аузан А.А., Никишина Е.Н.* Долгосрочная экономическая динамика: роль неформальных институтов // Журнал экономической теории. 2013. № 4.
2. *Лебедева Н.М., Татарко А.Н.* Культура как фактор общественного прогресса. М., 2009.
3. *Тросби Д.* Экономика и культура. М., 2013.
4. *Щастушко А.Е.* Новая институциональная экономическая теория. М., 2010.
5. *Beugelsdijk S, Maseland R.* Culture in Economics. Cambridge, 2014.
6. *Bisin A., Verdier T.,* The Economics of Cultural Transmission and Socialization // NBER Working Papers. 2010. N 16512.
7. *Boyd R., Richerso, P.* Culture and the Evolutionary Process. Chicago, 1985.
8. *Casson M.* Culture and Economic Performance // Handbook of the Economics of Art and Culture. 2006. Vol. 1.
9. *Bourdieu P.* The Forms of Capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education/ Ed. by J. Richardson. N.Y., 1986.
10. *De Groot H., Linders G. et al.* The Institutional Determinants of Bilateral Trade Patterns // Kyklos, Wiley Blackwell. 2004. Vol. 57 N 1.
11. *Gokmen G.* Are Cultural Differences a Barrier to Trade? // SSRN Website. 2013. October. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2347644 (last accessed data: 15.08.2015).
12. *Greif A.* Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies // The J. of Political Economy. 1994. Vol. 102.
13. *Guiso L., Sapienza P., Zingales L.* Does Culture Affect Economic Outcome // J. of Economic Prospective. 2006. Vol. 20. N 2.
14. *Guiso L., Sapienza P., Zingales L.* Civic Capital as the Missing Link // Social Economics Handbook. 2011. Vol. 1.
15. *Henrich J.* Does Culture Matter in Economic Behavior? Ultimatum Game Bargaining among the Machiguenga of the Peruvian Amazon // American Economic Rev. 2000. Vol. 90. N 4.
16. *Hofstede G.* Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. Sage, 2001.
17. *Kogut B., Singh H.,* The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode // J. of International. Business. Studies., 1988. Vol. 19. N 3.
18. *Ng S., Lee J.A., Soutar G.N.* Are Hofstede's and Schwartz's Value Frameworks Congruent? // International Marketing Rev. 2007. Vol. 24. N. 2
19. *Rauch J.* Networks Versus Markets in International Trade // J. of International Economics. 1999. Vol. 48. N 1.
20. *Reisman D.* Theories of Collective Action: Downs, Olson and Hirsch. L., 1990.

21. *Shelling T.* The Strategy of Conflict. Cambridge, Mass., 1960.
22. *Solow R.* Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity (Book Review) // The New Republic. 1990. N 213.

The List of References in Cyrillic Transliterated into Latin Alphabet

1. *Auzan A.A., Nikishina E.N.* Dolgosrochnaja jekonomicheskaja dinamika: rol' neformal'nyh institutov, *Zhurnal jekonomicheskoy teorii*, 2013, N 4.
2. *Lebedeva N.M., Tatarko A.N.* Kul'tura kak faktor obshhestvennogo progressa, M, 2009.
3. *Shastitko A.E.* Novaja institucional'naja jekonomicheskaja teorija, M, 2010.
4. *Trosbi D.* Ekonomika i kul'tura, M, 2013.