

区域文化对市场经济环境形成的影响研究

张佑林¹ 台晓东²

(1. 上海对外经贸大学国际经贸学院, 上海 261620; 2. 中国青岛国际经济技术合作有限公司, 山东 青岛 266000)

【摘要】 区域文化对市场经济环境的形成具有重要的作用。在深入分析区域文化对市场经济环境形成作用机理的基础上, 结合我国区域经济发展实际, 从政治文化对政治体制变革的影响, 经济文化对经济组织创新的影响, 伦理文化对竞争环境建立的影响, 以及宗教文化对科学意识培养的影响等四个方面, 论述了区域文化对市场经济环境形成的作用路径, 说明区域文化对市场环境的形成具有内源性的影响。

【关键词】 区域文化; 市场环境; 作用机理

【DOI 编码】 10. 13962/j. cnki. 37 - 1486/f. 2015. 02. 019

【中图分类号】F061 **【文献标识码】**A **【文章编号】**2095 - 3410(2015)02 - 0132 - 06

一、引言

经济的发展离不开市场经济环境的完善。市场经济环境是指经济主体赖以从事经济活动的经济和社会条件, 既包括政治制度、经济制度、法律制度等正式制度, 也包括经济组织、非正式政治、竞争环境、科学意识等非正式制度。正式制度作为一种人际交往的准则, 源自于人类的各种社会的、文化的、历史的、经济的、政治的活动, 没有文化的人类活动是不存在的, 因此没有文化内涵的正式制度也是不存在的。道格拉斯·C·诺斯在《制度、制度变迁与经济绩效》中指出, 非正式制度是一种“习惯性行为”, 是一种随文化传统而来的行为规则。由上可见, 正式制度和非正式制度的形成和变迁都受到文化的影响, 从而市场经济环境形成也受到文化的影响。

文化是一个复杂的概念, 从 19 世纪中叶始, 文化主要有教育概念、艺术概念、哲学概念、心理学概念、历史概念、人类学概念、社会学概念、生态学概念和生物学概念等九种定义方式。加拿大著名文化学者 D·保罗·谢弗于 1998 年提出了文化的整体性

概念: 文化是与人们看待和解释世界、把自己组织起来、处理自身的事务、提高和丰富生活以及与世界上定位自身等有关的有机的和动态的整体。出于研究的需要, 本文将文化分为经济文化、政治文化、伦理文化和宗教文化。那么文化又是如何影响市场经济环境的形成的呢?

二、区域文化对市场经济环境的作用机理

古典经济学家亚当·斯密在《国富论》中指出, 当市场对某种产品或服务的需求扩大到一定程度时, 将带来分工和专业化水平的提高, 并导致生产成本的降低。斯密虽然没有明确提出制度和制度变迁的概念, 但却蕴含着这样一个哲理: 制度产生或变迁的动因在于节省生产成本。斯密的理论只是从一个角度强调了专业化水平的提高对生产成本的节约, 却没有注意到在此过程中的交易成本的变化。例如, 当分工程度高时, 个人工作简单, 责任清楚, 易于监督, 监督成本较低; 而当分工程度低时, 个人工作内容复杂, 监督难度加大, 成本升高。交易费用是指在完成一笔交易时, 交易双方在买卖前后所产生的

【基金项目】 本文是国家社会科学基金项目“文化影响经济发展的作用路径与机制研究”(项目编号: 08BJL043) 的阶段性成果。

【作者简介】 张佑林(1964 -), 男, 湖南永顺人, 上海对外经贸大学国际经贸学院教授。主要研究方向: 发展经济学、文化经济学。

各种与此交易相关的成本。

经济理论的传统三大支柱是天赋要素、技术和偏好。随着经济研究的深入,制度这个经济理论的第四大支柱,越来越受到人们的重视。以科斯、诺思和威廉姆森为代表的新制度经济学派强调运用新古典理论分析制度的构成和运行,越来越受到经济学界的关注。其中,制度如何兴起是新制度经济学关心的基本问题之一。新制度经济学在原来新古典经济学生产成本这一约束条件的基础上,创立了“交易费用”这一新的约束条件,它依托交易成本的概念,在科斯看来,市场经济环境中,一种制度之所以产生或代替另一种制度,除了新的制度能降低生产成本外,还因为它节约了交易成本。

科斯的观点在其他条件相同的情况下,对制度变迁的动因具有很强的解释力。但它并不能解释为什么同一种制度在一个地区能存在,而在其他地区不能存在,或不同地区实施同一制度却效果不同。例如,我国东西部地区同时实施市场经济制度,东部地区能很好地促进当地经济的快速发展,但西部地区即使在国家大力支持的情况下,其经济效果也不明显,这也许要从区域文化中寻找答案。

一般认为,文化可从以下三方面节约交易成本:一是文化作为一种人们处理日常生活多重问题的方式,节省了人们必须拥有的信息数量;二是成功的文化能有效地克服“搭便车”行为;三是成功的文化能减少强制执行法律和实施其他制度的费用。我国东部地区的文化与市场经济制度具有内在的耦合性,节约了交易成本,因此,市场经济制度能有效地发挥作用,促进经济的增长。反之,西部则不然。

文化除具有节约交易成本的功能外,其本身也具有成本。文化成本是指人们放弃或建立某种习得的文化信念或价值观体系时所付出的最高代价,是约束人们行为的另一个重要的局限条件,它一般包括了认知成本、心理成本、认同成本、信仰成本等内容。从心理学的角度看,做一件新的事情,不仅在客观上比做已经熟悉的和已经由经验检定的事情更加困难,而且个人会感到不愿意去做它,即使客观上的困难并不存在,也还是感到不愿意。人们为节约文化成本所做的行为抉择的外化便表现为对制度的选择。同样以我国东西部地区为例,改革开放后,针对

民营企业这一新生事物,我国东部地区的人们纷纷抛弃小农意识,改变观念,大办民营企业,他们并不认为经商失败是一件多么丢人的事情,而一旦成功所获得的收益则远远大于文化成本。而反观西部,大多数人满足于自给自足的安逸生活,害怕冒险,担心一旦冒险创业失败会丢面子,因此,在这里创办民营企业的文化成本是非常高的。因此,民营企业这一经济组织形式在我国东西部的分布便大不相同。

综上所述,文化影响市场经济环境的建立的作用机理如下:即文化通过降低交易成本和其自身成本促进市场经济环境制度的建立和变迁。市场经济中,只有一种制度的预期收益与其生产成本、交易成本和文化成本的差大于零,这种制度才能产生或有效运行。

三、区域文化对市场经济环境形成的具体表现形式

从方法论的角度来看,整体决定部分,但不研究整体中的各部分,就永远也不能理解整体。在分析了区域文化对市场经济环境的一般作用机理后,我们从政治文化、经济文化、伦理文化和宗教文化四个方面来具体分析文化对市场经济环境形成的作用。

(一) 政治文化对政治体制变革的影响

诺思认为,政治具有一种天生形成低效率政治体制的倾向。总得来说是这样一种观点:没有政府办不成事,有了政府又会有很多麻烦。也就是说,如果给政府权力,让它强制执行规章制度,它就会用自己的强制力施加影响,造成政治体制效率的不高。一般认为,造成这种现象的原因是,实施有效政治体制的交易成本和文化成本过高,而二者都受到政治文化的影响。

政治文化是一个政治取向模式,包括政治认知取向、政治态度取向、政治信仰取向、政治情感取向、政治价值取向等。首先,政治文化具有节约实施有效政治体制交易成本的功能。第一,政治文化能克服政治体制中的信息不对称问题,节约监督成本,使政治体制更有效率地运行。政府官员与民众之间存在一种隐含的契约关系,是由民众委托执行公共权力的人,由于双方有限的理性和思维能力,政府官员在拥有信息优势和没有有效监督的情况下,就会滥用职权,造成政治体制运行效率的低下,甚至是腐败

行为。如果一个地区的政治文化传统中,人们本身就具有参与政治的传统,积极参与民主选举和对政府部门的监督,就会大大降低对政府部门的监督成本;相反,则会造成对政府部门监督的缺失。如我国西部地区,当地的政治文化一直具有封闭保守、不参与的传统,“民不告官”的思想一直深深印在当地人的脑子里。由于民众对政府部门监督的缺失,为保证政治体制有效的运行,必然会增大监督部门成本的投入。第二,政治文化能缓和政治体制改革中不同利益集团的冲突。政治体制改革必然涉及不同集团的利益,如果变革中受损者得不到补偿,他们将明确反对这一变革。在这一过程中,如果不同利益集团的政治文化趋同,则会对政治体制改革的顺利进行产生积极的影响。相反,如果人们的政治文化分歧过大,则会对政治体制的改革造成消极的影响。

其次,成功的政治文化具有节约实施有效政治体制文化成本的功能。在我国,政治体制变革的实施主体是政府,因此,政府官员的政治文化便成为影响一个地区政治体制改革效果的重要约束因素。例如,一个地区的官员将为人民服务放在第一位,则实施政治体制改革的文化成本较小,从而改革也就容易见效。相反,一个地区的官员若将自身利益放在首位,则容易产生贪污腐败、政府效率不高等现象,政治体制改革的阻力也会较大。此外,如果一个地区的人们具有较高的政治认知和较强的政治情感,对政府官员的不良行为深恶痛绝,便会对政府产生有效的监督,而官员也会认为贪污、渎职等一旦被发现,则产生的“文化成本”过高,从而使其行为向有利于政治体制改革的方向发展。

(二)经济文化对经济组织创新的影响

新古典经济学对经济组织创新的研究主要关注资源配置问题,把文化、制度等因素视为外生变量,而事实上,这些因素却是不可缺少的内生变量。自新制度经济学兴起以来,经济学家用交易成本来解释经济组织创新的过程。何梦笔教授在解释华人经济圈中增长最迅速的“缝隙经济”时认为:企业之所以能专业化,首先是因为企业活动在正式制度之外,能够运用更有效率的组织形式,能够取得特殊的交易成本优势。而经济文化能使得生长在同一文化土壤上的人们增进理解,加强交流,减少摩擦,从而降

低交易成本以及文化成本。具体表现在以下几个方面:

首先,成功的经济文化能大大节约创业成本。在企业的创业初期,成功的经济文化,如人们都具有创新冒险意识、彼此信任、相互理解等,便能以较低的成本迅速积聚人才,团结奋斗,全心投入,甚至不计报酬,便能在一个较短的时间内获得竞争优势,较快地完成原始资本的积累。

其次,成功的经济文化能降低经济组织创新的代理成本。米恩斯和伯利把企业所有者与管理者之间的分工概括为所有权与支配权的分离。此后,威尔森、罗斯、詹森等,又进一步把企业所有者和管理者之间的关系看成是委托代理关系。两者在信用关系的基础上签订委托代理合约,规定双方的权利和义务,产生代理成本。研究表明,经济组织形式变革后,企业主和职业经理人之间的信任可能会出现不同程度的降低,从而增大了签订契约前的事前交易费用和事后交易费用。前者主要为,双方为契约的起草、谈判等方面所提高的讨价还价的力度。后者主要包括以下几个方面:第一,为保障契约的顺利实施,所必须付出的监督成本的提高。若双方的信任程度下降,则会提高双方的机会主义倾向,而且在委托代理关系中,代理方本身就具有信息优势,为防止其为了自身利益而违背契约,必须付出更高昂的监督成本。第二,交易者发现事先确定的契约有误而做出修改所必须付出的费用,也会因为信任程度的下降而提高。此外,在经济组织创新过程中必然会由于利益重新分配而产生冲突,从而导致这一过程中协调各方利益的协调成本的大大提高。例如,我国很多家族企业,就因为不能很好地协调企业转型过程中的各方利益造成转型失败。显然,一个地区的人们如果具有较强的开放、创新、冒险、合作意识,较长远的眼光,且能相互信任和理解,便能大大节约这一过程中的代理成本;即使发现问题,也能进行友好协商,顺利地将问题解决。

再次,经济文化在经济组织创新过程中具有降低文化成本的功能,主要体现在创业的初期。正如上文所述,我国东南沿海地区的人们具有较强的冒险创新意识,一旦有机会,人们便纷纷抛弃小农意识,投资创办企业,走上了脱贫致富之路。因为,在

东部地区人们的观念中,办企业的“文化成本”远远小于所得到的“文化收益”。即使失败了,也不会给人流下笑柄,丢面子。原因在于,在这里办企业是一件非常普遍的事情,甚至成为一种“模式”。同样,在企业的转型过程中,经济文化也发挥着巨大的作用。如果一个地区的人们将企业转型升级看成是一种理所当然的事情,便不会因为企业转型失败而产生过重的心理负担,从而降低文化成本。

(三) 伦理文化对竞争环境建立的影响

公平、诚信、自由的竞争环境是市场经济环境的内在要求,具体表现为各种契约关系的顺利实施,包括政府和企业之间、企业和企业之间、企业和消费者之间的书面或非书面的契约。威廉姆森认为“任何一种关系,不论是经济关系还是其他关系,只要它表现为,或者可以表述为签约关系,就都能根据交易成本经济学的概念做出评价”,由此,我们可以用交易成本的概念来分析伦理文化对市场竞争环境中的各种契约关系的影响。

伦理文化是社会文化的子系统,它和政治文化、经济文化、宗教文化等社会文化子系统是并列的。虽然现阶段文化哲学对伦理文化的研究比较重视,但对于伦理文化的概念并没有确切的阐释。本文认为伦理文化是在社会生活实践的基础上,形成的伦理关系(包括人与人之间的关系和人与自然之间的关系)和道德原则的总和,它以人伦治理、善恶评价、道德规范等潜在的方式规范着人们的行为。

首先,伦理文化能节约政府和企业之间的交易成本。政府和企业之间的交易成本主要来源于国有企业与其经营者的谈判成本。加快国有企业改革的目的之一是为各种所有制经济的均衡发展创造一个公平的竞争环境。《2007' 中国改革评估报告》指出:加快并切实推进国有大型企业改革,发展混合所有制经济,是深化国有经济改革的重点。林毅夫、蔡昉、李周在《充分信息与国有企业改革》中指出,国有企业的委托—代理关系所产生的所有者和经营者激励不兼容的问题,是国有企业改革的最大难点。在国有企业中,由于产品价格和生产要素已被扭曲,便不会产生一个真实反映经营者或企业经理人经营水平的利润率,也不会对具有信息优势的经营者产生有效的考核和监督。在这种情况下,国有企业的代理

人为在利益分配上得到尽可能大的份额,便不会将全部精力放在适应市场的经营努力上面,而是将更多的精力放在与政府的谈判上。显然,如果国有企业的代理人具有高尚的伦理文化观念,“多为人而不是多为己”,便会更容易和政府达成共识,大大减少与政府的谈判成本,从而加快国有企业的改革和公平环境的建立。此外,随着人们对生态伦理越来越重视,政府和企业的交易成本还表现在对生态环境保护的责任的谈判上。生态环境是一种全民性的公共产品,具有非排他性和非竞争性的特征,企业在生态环境的保护方面存在“搭便车”的动机,因此,私人不愿意提供这一产品,这便要求政府承担起保护生态环境的主要责任,加大和企业的谈判,公平公正地明确政府及各企业的责任,这不仅是对各企业的公平,而且是对人与自然的公平。若一个地区的企业都具有“人与自然应该和谐相处”的生态伦理观,便能减小这一过程的难度。

其次,伦理文化能节约企业和消费者之间的交易成本。企业和消费者之间存在着一种心理契约。企业与消费者的心理契约可以理解为“消费者与自己与企业之间所抱有的一系列期望”。心理契约是相对于正式的、有效力的书面契约的一个概念,它是指以许诺为基础的义务或责任观,不具备法律效力。现阶段,我国某些企业对于消费者之间的心理契约认识不足,认为心理契约是华而不实的理论,没有实际操作的可能性和价值或认为心理契约只会增加企业的成本,与企业营利的本性相冲突。因此,为了寻求短期利益,在企业发展过程中出现了很多损害市场、消费者、同行利益的短视做法,如虚假广告、短斤少两、贩假售假、低价竞销、合同欺骗等,这便增加了对企业行为的监督成本以及企业和消费者之间的谈判成本,如双方对消费者买到次品的赔偿谈判等。相反,若企业重视伦理文化和心理契约的建设,诚信经营,不仅可以节约与消费者之间的交易成本,而且有利于自身的发展。

最后,伦理文化能节约企业与企业之间的交易成本。企业之间存在着大量的市场交易,在这些交易契约的签订、实施过程中,成功的伦理文化中所具有的“诚信”的属性,能减少其谈判成本、监督成本和协调成本。如我国的温州地区,其伦理文化中具

有浓厚的家族观念和地域观念,因此,温州商人抱团经营成风,他们一个朋友带一个朋友,一个亲戚带一个亲戚,以友情、亲情为链接,以营利为目的,四处出击,迅速掠取。此外,温州的信任类型属于习俗型类型,对亲戚朋友具有浓厚的信任,做生意借贷资本只需要口头契约的维系就可在短时间内积聚大量的资本。伦理文化是温州模式迅速崛起的重要原因,但也正由于其伦理文化中所具有的“不信任外人”的特点,造成了温州家族企业的升级缓慢。温州社会是一个低信任度的社会,它不是以社团为中心,而是以家族为中心的传统社会,缺乏足够的社会信任,这导致了温州的人格化交易。人格化交易具有安全性,在亲戚朋友之间交易能够较容易地顺利进行。但这一方式一旦确立,就会产生路径依赖。正如史晋川所述:这种人格化交易方式一旦形成,就会导致一种路径依赖,它一方面使得温州人能以较低的成本进入传统劳动密集型行业,另一方面它也限制了温州人进入新的行业。

伦理文化不仅可以节约交易成本来保证市场竞争环境中各种契约实施,而且能通过提高违约的文化成本来保障契约的有效性。这主要表现在两个方面,一是提高企业违约经营的文化成本。若一个地区的企业和消费者非常看重诚信,一旦一个企业出现违约或欺诈行为,便不会再与其合作或购买其产品,并对其行为进行曝光,形成强大的社会舆论压力,这便在无形中提高了企业对违约经营的文化成本,使其行为向着公平诚信竞争的方向发展。二是提高破坏生态环境的文化成本。如我国的藏族地区深受藏传佛教生态理论的影响,这里的人民对所有动植物,甚至大自然的每一个生命物都有着无限的关怀,对破坏生态环境的行为深恶痛绝,这对我国青藏高原环境的保护和生态平衡做出了巨大的贡献。

(四)宗教文化对科学意识培养的影响

科学意识是指在深刻认识科学的本质、功能、发展规律和机制的基础上形成的一种社会观念,能够促进人们投身科学事业或积极响应科学活动,并对参与科学活动的价值取向提供合理性指导。简单地说,科学意识就是从科学的角度理解问题、分析问题和解决问题的思想观念及其行为。1995年,陈永川教授提出了《科学意识三十六条例》,指出科学意识

包括理性意识、经营意识、效益意识、冒险意识等。科学意识是市场环境的重要组成部分,并深受宗教文化的影响。由于科学意识侧重于个人的观念,不涉及双方或多方的契约关系,因此,本文只从文化成本维度来分析宗教文化对科学意识培育的影响。

首先,宗教文化对理性意识的培育。有人认为,宗教是愚昧无知的东西,随着科学的进步,终有一天会消失,正如霍布斯的名言“宗教起源于人类的愚昧无知和恐惧”,然而这是一种很粗陋的宗教观。宗教是人类理性精神、伦理精神、美学精神的升华和文化结晶,是人类崇高精神的结晶。康德说过,在人类意识中:哲学和科学告诉我们世界和人是什么;伦理学和美学告诉人们什么是善和美;宗教则告诉人们生存的意义是什么以及人应该做什么。真正伟大的宗教在本质上是理性的。如大乘佛教,其教义不仅强调度己,而且强调度他;既要有能力来救度自己,又要有智慧来救度他人,其本身便和理性意识具有内在的耦合性。

其次,宗教文化对经营、效益、时间意识的培育。韦伯在《新教伦理与资本主义精神》一书中认为:西方现代文明和西方新教文化是分不开的。英国、荷兰是西方现代商业工业文明的发源地,它们都是新教国家,新教强调人的欲望的合理性,强调人们可以多方经营谋取个人利益,同时也强调时间的重要性,“时间就是金钱”便是新教的一个口号,由此促进了工业文明在新教国家的兴起。而天主教却提倡禁欲,提倡多方行善,强调灵魂的平静与超越,从情感层面上看这没有什么不合理之处,但其与市场经济所倡导的效率优先有所背离,这里的人们进行追求个人欲望的经济行为“文化成本”相当高,因此也制约了天主教国家经济的发展。曾多次连任法国政府部长的佩雷菲特举过这么一个例子:以天主教文化为主的国家为一组,包括委内瑞拉、西班牙、波兰、意大利、葡萄牙、阿根廷、智利、乌拉圭、法国、比利时、奥地利、爱尔兰等,以新教文化为主的国家为另一组,包括英国、美国、瑞典、加拿大、瑞士、丹麦、西德、澳大利亚、挪威、芬兰、新西兰等十一个发达国家,两相比较,结果发人深省。1974年世界经济年鉴上有一个统计,第一组国家按人口平均年收入不到2000美元,第二组国家按人口平均年收入则高达

3500 美元。马克斯·韦伯也做过相当多的统计,比如在 19 世纪末,世界上 80% 到 90% 的经济学家、企业家、银行家信奉新教而非天主教。

综上所述,市场经济环境的建立和完善,深受政治文化、经济文化、伦理文化、宗教文化等传统文化的影响。一方面,它通过降低双方建立“契约”的交易成本,来保障各种“契约”的实施;另一方面,它通过改变人们进行某种行为的文化成本,形成一种对人们行为的心理约束。通过以上分析,建立一个区域文化影响市场经济环境形成的完整分析框架,这正是本文的长远追求目标,也是本文的创新所在。

参考文献:

[1] F. Allen, J. Qian, M. Qian. Law, Finance, and Economic Growth in China [J]. Journal of Financial Economics, 2005, (77): 57-116.

[2] 马克斯·韦伯. 新教伦理与资本主义精神 [M]. 西安: 陕西师范大学出版社, 2002.

[3] D·保罗·谢弗. 文化引领未来 [M]. 许春山, 朱邦俊. 北京: 社会科学文献出版社, 2008: 51.

[4] 亚当·斯密. 国富论 [M]. 唐日松等. 北京: 华夏出版社, 2004: 13-19.

[5] 哈耶克. 致命的自负 [M]. 冯克利等. 北京: 中国社

会科学出版社, 2000: 3.

[6] 张苗荧. 文化、企业制度与交易成本 [M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2008.

[7] 卢现祥, 朱巧玲. 新制度经济学 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2007: 1-10.

[8] 约翰·N. 德勒巴克等. 新制度经济学前沿 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2003: 32.

[9] 张佑林. 区域文化与区域经济发展 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2007: 45-46.

[10] 何梦笔. 网络、文化与华人社会经济行为方式 [M]. 朱秋霞. 太原: 山西经济出版社, 1996.

[11] 韩海涛. 国内学者关于政治文化研究的综述 [J]. 山东科技大学学报 (社会科学版), 2003, (02): 45-49.

[12] 道格拉斯·诺斯. 交易成本、制度和经济史 [J]. 杜润平. 经济译文, 1994, (02).

[13] 蔡银寅, 杜凯. 文化、制度与经济增长 [J]. 产业经济评论, 2010, (01).

[14] 李春艳. 2006 年周秦伦理文化研究综述 [J]. 宝鸡文理学院学报 (社会科学版), 2007, (02).

[15] 杨运秀. 发展经济要重视伦理文化的作用 [J]. 南阳师范学院学报 (社会科学版), 2005, (04).

(责任编辑: 周杰)

The Impact of Regional Culture on Market Economic Environment

ZHANG Youlin¹, TAI Xiaodong²

(1. Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 201620, China;

2. China Qingdao International Economic and Technological Cooperation Company Ltd., Qingdao 266071, China)

Abstract: Regional culture plays an important role in the formation of the environment of market economy. This paper first profoundly analyzes the functional mechanism of regional culture on the environment of market economy. On the basis of this, by combining the reality of China's regional economic development, it discusses comprehensively the function routes of regional culture on the environment of market economy. The discussion is on the influence of political culture on political institutional reform, of economic culture on economic organizational innovation, of ethnic culture on the founding of the environment of competition, and of religious culture on the cultivation of scientific awareness. All these show that regional culture exerts an endogenic impact on the formation of market environment.

Key Words: regional culture; market environment; functional mechanism