

12. KULTUROLOŠKO-SOCIJALNE OSNOVE NOVE VIZIJE RAZVOJA CRNE GORE

*Besim Ćulahović**

Sažetak: Konkurentnost crnogorske ekonomije u vremenu globalizacije i integracija sa Evropskom unijom nameće potrebu za istraživanjem mnogih novih faktora koji utiču na kvalitet i održivost ekonomskog rasta i blagostanja, a posebno faktora povezanih sa kulturološko-socijalnim uticajima, koji su u dinamičnom razvoju mnogih država i regija odigrali ključnu ulogu u postizanju održivosti ekonomskog razvoja.

U radu se detaljnije analiziraju kulturološke osnove razvoja, uloga socijalnog kapitala u kreiranju ekonomskog razvoja i važnost stvaranja socijalnog kapitala u multietničkim i multireligijskim društvima. Na osnovu izvršenih analiza se postavljaju zaključci u vidu ideja koje bi trebalo da budu ugrađene u nove razvojne dokumente Crne Gore.

Ključne riječi: *razvoj, kulturološki faktori razvoja, socijalni kapital, mreže povjerenja, multietničnost*

Abstract: The competitiveness of Montenegro's economy in times of globalization and integration into the European Union creates the need to explore various new factors that influence the quality and sustainability of economic growth and wealth, especially the factors linked with cultural and social influences, whose role in the dynamic development of many countries and regions was crucial to attaining the sustainability of economic development.

The paper explores in some detail the cultural basis of development, the role of social capital in generating economic growth and the importance of the creation of social capital in multiethnic and multi-religious societies. The ideas that can be drawn from the conclusions of the conducted analyses ought to be incorporated into Montenegro's new development policy documents.

Key words: *development, cultural factors, social capital, networks of trust, multiethnicity*

12. 1. UVOD

Opredjeljenje za preduzetničko-inovacijsku viziju koncepta razvoja Crne Gore, koja se bazira na slobodnom duhu, slobodnom tržištu, slobodnom preduzetništvu i

* Prof. dr Besim Ćulahović, Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu

potpunoj otvorenosti, odnosno na skokovitom modelu razvoja (kvantna ekonomija) donosi čitav niz kolosalnih izazova, na koje treba potražiti valjane teorijske i praktične odgovore. To se posebno odnosi na kapacitete za zadovoljavanje socijalnih potreba, odnosno ostvarivanja blagostanja, na koje utiču mnogi faktori koji su povezani sa četiri vrste kapitala, koji sačinjavaju produkcijsku osnovu humanih bića, kao i na njihove kompleksne interakcije[1].

Riječ je o *fizičkom* (proizvedeni, man-made) kapitalu (proizvedena sredstva, ne-proizvodna infrastruktura, neopipljiva sredstva i finansijska sredstva koja obezbjeđuju upravljanje sadašnjim i budućim tokovima outputa); *prirodnom kapitalu* (obnovljivi i neobnovljivi prirodni resursi koji ulaze u proizvodne procese i zadovoljavanju potrebe potrošnje, kao i okolinska sredstva koja su esencijalna za rad sistema koji podržavaju život); *humanom kapitalu* (znanje, obuka, kompetencije i atributi koje posjeduju ljudi, što olakšava stvaranje ličnog, socijalnog i ekonomskog blagostanja) i *socijalnom kapitalu* (mreže raspodijeljenih normi, vrijednosti i razumijevanja koje olakšavaju saradnju unutra i između pojedinih socijalnih grupa ljudi).

Hipoteza da kultura i socijalni kapital proizvode značajne efekte na razvojne i ekonomske performanse je jedno od krupnijih ekonomskih pitanja, koje još uvijek nije dovoljno osvijetljeno, iako kultura utiče na donošenje mnogih ekonomskih odluka (kako raditi, koliko štediti, koje obrazovanje obezbijediti budućim generacijama, kako saradivati sa vlastima, kako birati vlasti, kakvu socijalnu i biznis strukturu stvoriti itd.).

Danas se mnoge zemlje ili regije međusobno razlikuju po vrsti i snazi uticaja kulturoloških faktora, a te razlike imaju enormne efekte na njihov razvoj!

Zahvaljujući institucionalnim ekonomistima na čelu sa nobelovcem Douglassom Northom [2], te detaljnijim proučavanjem različitosti iskustava zemalja „azijskog ekonomskog čuda“, kulturološki faktori su se počeli posmatrati kao jedna od ključnih varijabla za postizanje uspješnih tranzicijskih strategija i strategija razvoja.

Iz obimne literature o odnosima kulture i ekonomije mogu se izdvojiti četiri vrste djelovanja kulturoloških faktora na ekonomsko ponašanje: (I) – preko uticaja na organizaciju i proizvodnju, (II) – preko naklonosti prema potrošnji i radu; (III) – preko sposobnosti za kreiranje i upravljanje institucijama i (IV) – preko stvaranja socijalnih mreža.

Za nas je ovdje važan način na koji kultura utiče na stvaranje socijalnih mreža. Različiti uticaj kulturoloških vrijednosti na mreže socijalnih relacija je, u stvari, baza za koncept socijalnog kapitala. *Socijalni kapital* je sastavljen iz normi ili vrijednosti koje dijeli grupa ljudi i koje promoviraju saradnju i povjerenje između ljudi; socijalni kapital je, kao fizički, prirodni i humani kapital, izvor blagostanja[3].

S obzirom na postavljene teze, u radu se detaljnije razmatraju i analiziraju kulturološke osnove razvoja uključujući definicije kulturoloških osnova, glavne determinante kulture, uticaj religija i etničkih sistema na ekonomski razvoj, socijalni kapital i njegov uticaj na ekonomski razvoj Crne Gore, uključujući glavne elemente socijal-

nog kapitala, njegove oblike i izvore determinante socijalnog kapitala te odnose između kulture, socijalnog kapitala, državnih politika i ekonomskih performansi. Na osnovu prethodnih analiza razvijaju se neke nove ideje razvoja socijalnog kapitala u kontekstu nove razvojne filozofije Crne Gore, te postavljaju zaključci i preporuke.

12. 2. KULTUROLOŠKE OSNOVE RAZVOJA

12. 2. 1. DEFINICIJA KULTUROLOŠKIH OSNOVA

Iz mnogih definicija najpoznatijih teoretičara kulture (Edward Tylor, Geert Hofstede, Zvi Namenwirth, Robert Weber), može se postaviti praktična definicija kulture kao sistema vrijednosti i normi koje se dijele između grupa ljudi i koje zajedno konstituiraju okvir za življenje. Pod *vrijednostima* se podrazumijevaju ideje o onome šta neka grupa vjeruje da je dobro, pravično i poželjno, dok se pod *normama* podrazumijevaju socijalna pravila i uputstva koji obezbjeđuju odgovarajuće vrijednosti u određenoj situaciji.

Između društava koja žive u jednoj državi i nacionalne države ne postoje striktno određene relacije. Nacionalne države su političke kreacije, koje se mogu sastojati iz jedne ili više kultura. Crnogorska država je sastavljena od nekoliko različitih kultura: crnogorske, srpske, muslimanske, albanske i hrvatske kulture, što u uslovima siromaštva i razvojnih strategija koje se baziraju na ekstrapolaciji postojećih razvojnih trendova može da dovede do brojnih lokalnih i građanskih nesporazuma, nepovjerenja, pa čak i sukoba.

Razumijevanje ekonomskog uspjeha ili neuspjeha neke zemlje zahtijeva i dobru dozu kulturološke pismenosti. Na primjer, u nekim zemljama su kulturološki faktori snižavali troškove obavljanja biznisa, što im je obezbjeđivalo brži razvoj, dok su u drugim zemljama kulturološki faktori povećavali troškove obavljanja biznisa, što je te zemlje činilo manje konkurentnijim.

Takođe, treba imati u vidu i činjenicu da kultura nije statičan fenomen. Ona se mijenja pod uticajem mnogih faktora, pa brzina i kvalitet promjena može snižavati, odnosno povećavati ekonomski rast.

Kultura je neopipljivo dobro. Kulturna dobra i uvjerenja se mogu dijeliti, što ukazuje da kultura, slično kao i znanje, ima karakter javnog dobra. Činjenica da neka osoba koristi neka vjerovanja ne isključuje druga lica da koriste ta ista vjerovanja. Dakle, ne postoji rivalstvo u potrošnji kulture. Kultura može biti roba ili zato što ima suštinsku vrijednost ili zato što je instrument za ostvarivanje nekih namjera.

Ljudi mogu vrednovati neka uvjerenja jer ih ona čine sretnim. Oni mogu vrednovati i druga uvjerenja, jer će uz njihovu pomoć eliminisati neke greške i poboljšati materijalni dio svog životnog standarda.

Ali, kultura može biti i „slaba”, tj. neka uvjerenja mogu ljude napraviti nesrećnim. Gledano sa ekonomske perspektive, eliminiranje „slabih kulturoloških stvari” je isto toliko važno kao i proizvodnja „dobrih kulturoloških stvari”.

12. 2. 2. DETERMINANTE KULTURE

Sistemi vrijednosti i kulturološke norme se nikada ne pojavljuju u potpuno formiranom obliku. Oni su evolucijski proizvod brojnih faktora kao što su *preovladujuće političke i ekonomske filozofije, socijalne strukture, dominantne religije, dominantni jezik i sistem obrazovanja*.

Političke i ekonomske filozofije mogu znatno uticati na sisteme vrijednosti. Na primjer, vrijednosti koje su uspostavljene u Sjevernoj Koreji koje se odnose na slobodu, pravdu i individualizam su potpuno različite od vrijednosti koje su uspostavljene u Južnoj Koreji. Iako se radi o istom narodu i istoj kulturološkoj tradiciji, oba društva imaju različite političke i ekonomske filozofije, te različite razvojne rezultate.

Takođe, vrijednosti koje treba da budu uspostavljene na konceptu razvoja koji se bazira na preduzetničko-inovacijskoj viziji budućnosti Crne Gore treba da se radikalno razlikuju od sadašnjih vrijednosti koje se baziraju na razvojnom konceptu ekstrapolacije postojećih trendova razvoja, tj. zadržavanju siromaštva u odnosu na razvijeni svijet Evrope, u koji će Crna Gora stupiti za samo nekoliko sljedećih godina.

12. 2. 3. RELIGIJE I ETNIČKI SISTEMI

Religija je, kao posebni sistem dijeljenih vjerovanja i rituala koji se odnose na carstvo živih i svetih, najčešća podloga za kreiranje etičkih sistema, tj. skupova moralnih principa ili oblikovanih vrijednosti[4]. Velika većina sadašnjih svjetskih etičkih sistema proističu iz religije.

Često se govori o hrišćanskoj ili islamskoj etici, ali postoje i primjeri da neka etika koja nema karakter religije kreira neki sistem vrijednosti. Na primjer, konfučijanizam i konfučijanska etika kreiraju vrijednosti i ispoljavanje sličnih kulturoloških faktora velikom dijelu Azije, iako sam konfučijanizam nema karakter religije.

Odnosi između religije, etike i društva su vrlo suptilni i kompleksni. Ovu suptilnost i kompleksnost treba posebno dobro razumjeti u sredinama i državama sa više religija, odnosno religijskih zajednica, i u trenucima kada se mijenja razvojna paradigma, odnosno kada stari koncept razvoja treba zamijeniti potpuno novim konceptom. Religija može imati značajnu sekularnu i političku moć, može biti glavna unificirajuća sila u društvu, ali religiozne podjele mogu biti značajan uzrok napetosti u društvu.

Ova pitanja će biti veoma važna u pripremi za prelazak na novi koncept razvoja Crne Gore. Iako je Crna Gora sekularna civilna država, u kojoj je religija odvojena od države, biće potrebno sve religijske grupe ubijediti u novu paradigmu i pretvoriti ih u saveznika, a ne protivnika.

Naime, sada u Crnoj Gori djeluje nekoliko (5) vjerskih zajednica, od kojih bi neke mogle biti u prelomnim trenucima pod uticajem vjerskih zajednica iz susjednih država, koje praktikuju staru razvojnu paradigmu, što može da stvori uslove za jačanje fragmentacije crnogorskog društva i da uspori i zakomplikuje ekonomski razvoj.

Kao i sve druge slobode, i slobode upražnjavanja religijskih običaja i prakse moraju biti apriorne. Realnost tih sloboda i jačanje oblikovanih vrijednosti mogu samo pomoći realizaciju nove razvojne paradigme.

Mnogi ekonomisti i sociolozi su pokušavali pronaći veze između osnovnih karakteristika glavnih religija i njihovih implikacija na ekonomski razvoj. Iako mnogi autori tvrde da u nekim društvima postoje jasne relacije između religije i ekonomskog rasta, opasno je generalisati ovaj, u suštini, netačan stav.

Danas u cijelom svijetu mnoge države sa pretežnim katolicima, protestantima, muslimanima, hindusima i budistima ohrabruju preduzetničke aktivnosti i ostvaruju održivi ekonomski razvoj. Izgleda da je uticaj religije na ekonomski razvoj znatno manji u odnosu na uticaj ekonomskih politika na ekonomski razvoj. Novija istraživanja Roberta Barroa i Rachel McClearyjeve sugerišu da jaka religiozna uvjerenja, bez obzira na religiju, imaju pozitivne efekte na ekonomski razvoj[5].

Pored religije, i jezik može imati znatan uticaj na budući ekonomski rast i razvoj. Jezik, kao osnovno sredstvo komunikacije između ljudi, unapređuje socijalne interakcije i učvršćuje sistem dijeljenih vrijednosti i normi.

Važnost engleskog jezika kao globalnog jezika znatno nadmašuje važnost svih ostalih maternjih jezika. Engleski je najrašireniji jezik globalnih medija i interneta i najrašireniji drugi jezik na svijetu. Ovo je posebno važno za mikro i male države koje svoju razvojnu koncepciju zasnivaju na otvorenosti, slobodama, sofisticiranim uslugama, inovacijama i stvaranju nečeg sasvim novog.

12. 3. SOCIJALNI KAPITAL I EKONOMSKI RAZVOJ

12. 3. 1. SOCIJALNI KAPITAL KAO VEOMA BITAN FAKTOR RAZVOJA CRNE GORE

Pionirski rad prvih teoretičara socijalnog kapitala (Hanifan, Jacobs, Loury) kao i kasniji radovi glavnih promotora socijalnog kapitala (Coleman, Putnam i Fukujama) su na kraju drugog milenija definitivno uveli pojam socijalni kapital na ekonomsku scenu [6].

Robert Putnam, bivši rektor Harvardskog univerziteta, koji je i najzaslužniji za promociju socijalnog kapitala, definiše socijalni kapital na sljedeći način: „...socijalni kapital ... se odnosi na karakteristike socijalne organizacije kao povjerenje, norme i mreže koji mogu povećati efikasnost društva”. Socijalni kapital je tip pozitivnih eksternaliteta koji izvire iz socijalne organizacije. U svojim kasnijim istraživanjima Putnam definiše socijalni kapital kao „veze između pojedinaca – socijalne mreže i norme reciprociteta i povjerenje koje izvire iz njih” [7].

Za OECD „socijalni kapital predstavljaju zajedničke mreže sa zajedničkim normama, vrijednostima i shvatanjima koje olakšavaju saradnju unutar ili oko grupa”. Socijalni kapital može rasti saradnjom pojedinaca i grupa sa formalnim institucijama. Socijalni kapital se izgrađuje na nivoima porodice, zajednica, preduzeća te na-

cionalnih i lokalnih administrativnih jedinica. Po Svjetskoj banci, socijalni kapital se odnosi na norme i mreže koje omogućavaju kolektivnu akciju. Socijalna kohezija i socijalni kapital su kritični za ublažavanje siromaštva i za održivi humani i ekonomski razvoj[8].

Iz gornjih definicija se mogu izvući tri glavne ideje koje definišu socijalni kapital: (I) – socijalni kapital generiše pozitivne eksternalitete za članove grupe; (II) – ti eksternaliteti se mogu postići dijeljenjem povjerenja, normi i vrijednosti, te njihovim konsekventnim efektima na očekivanja i ponašanja i (III) – dijeljenje povjerenja, normi i vrijednosti izvire iz neformalnih oblika organizacije koje se zasnivaju na socijalnim mrežama i asocijacijama [9].

12. 3. 2. GLAVNI ELEMENTI SOCIJALNOG KAPITALA

Ključni elementi socijalnog kapitala su socijalne norme, mreže i povjerenje.

Socijalne norme predstavljaju zajednička shvatanja, neformalna pravila i sporazume koji određuju, zabranjuju ili oblikuju određena ponašanja u različitim prilikama. Opšte socijalne norme mogu uključivati poštenje, pravnu stabilnost, radnu etiku, uvažavanje ostalih, toleranciju i prihvatanje različitosti. One olakšavaju predvidljivije ili korisnije ponašanje pojedinaca u društvu. Mnoge socijalne norme su u stvari koncept reciprociteta.

Mreža kao element socijalnog kapitala predstavlja grupu međusobno povezanih aktera koji imaju neki zajednički atribut. Jedan akter može istovremeno djelovati u više mreža. Članstvo u mrežama pruža određene beneficije, širu socijalnu podršku, bolji pristup informacijama i veće mogućnosti.

Povjerenje je nivo vjerovanja ljudi jednih u druge, posebno u pogledu sprovođenja očekivanih namjera ili akcija. Iako se pojam povjerenja najčešće odnosi na pojedince, on se može odnositi i na povjerenje prema grupama i institucijama unutar nekog društva, uključujući i vlasti. Mnogi autori tretiraju povjerenje kao jedan od najvažnijih elemenata socijalnog kapitala i kao važan izvor socijalnog kapitala[10].

Ekonomске interakcije se najčešće zasnivaju na povjerenju. Radnik vjeruje da će mu na kraju mjeseca njegov šef isplatiti zaradu; trgovac očekuje da će kupac ispuniti svoje obećanje i platiti račune za isporučenu robu; investitor vjeruje da će za uloženi novac nakon dogovorenog vremena dobiti svoj dio zarade. Bez povjerenja ekonomske aktivnosti bi se srozale na sirove forme, a društva bi izgubila prednosti kompleksnih organizacija. Društva bez povjerenja su siromašnija od društava sa povjerenjem.

Posmatrano iz gornje perspektive, nije teško uočiti da povjerenje ima mnogo dimenzija, uključujući vjerovanje u dobre namjere drugih, kao i u njihove kompetencije i pouzdanost.

Odnosi koji se baziraju na međusobnom povjerenju učesnika u ekonomskim procesima su jedan od najvažnijih faktora konkurentskih prednosti, što su pokazale mnoge firme u Njemačkoj, Japanu i *Trećoj Italiji*, ili kao što su pokazale mnoga područja, regije i regionalne aglomeracije kao što su Silikonska dolina i Bostonski li-

fe science cluster u SAD, Bangalore IT kompleks u Indiji, Pokrajina Baden-Winterberg u Njemačkoj itd. U socijaliziranim odnosima, u kojima jača povjerenje i umrežavanje, dobavljači i kupci lakše ostvaruju dugoročnu kooperaciju i lakše ispunjavaju zajedničke obaveze.

U nekim industrijama, kao što su, na primjer, razvoj softvera ili tekstilna industrija, umrežena preduzeća mogu ostvariti prednosti ekonomije vremena i brže se prilagoditi zahtjevima kupaca. La Porta je utvrdio da „dvadeset najvećih svjetskih firmi postižu bolje rezultate u društvima gdje vlada veće opšte povjerenje nego u društvima koja se baziraju na porodičnom povjerenju i etnicitetu. Ovdje je, u stvari, riječ o povjerenju kao egzogenom faktoru koji je oblikovan serijom istorijskih i kulturoloških faktora koji olakšavaju kolektivne akcije i saradnju, uključujući veću angažiranost civilnog društva i veću efikasnost vlasti” [11].

Povjerenje i reciprocitet obligacija između radnika i menadžmenta su glavni razlozi za visoku međunarodnu konkurentnost japanske automobilske industrije. Regionalni industrijski sistemi bazirani na lokalnim mrežama učenja su fleksibilniji i dinamičniji od mreža u kojima je proces učenja ograničen samo na pojedine firme. Uspjeh *Silikonske doline* je „uspjeh u širenju horizontalnih mreža neformalne i formalne saradnje između vodećih kompanija u ovoj oblasti” [7]. Slične primjere danas možemo sresti u svim dijelovima svijeta.

Pored koristi na mikronivou, socijalni kapital može proizvesti koristi i na makronivou. Makroekonomski efekti socijalnog kapitala se mogu pojaviti u nekoliko oblika. Interpersonalno povjerenje je u pozitivnim relacijama sa rastom GDP-a i povećanjem stopa štednje.

Jedan od najznačajnijih efekata socijalnog kapitala se odnosi na poboljšanje funkcionisanja vlasti. Ljudi koji se brinu o članovima svoje zajednice ostvaruju veće učešće na glasanju, a političari koji djeluju tamo gdje je socijalni kapital visok, manje zloupotrebljavaju svoj položaj. U regijama sa višim socijalnim kapitalom lokalne vlasti funkcionišu mnogo bolje.

12. 3. 3. OBLICI SOCIJALNOG KAPITALA

Socijalni kapital ima tri glavna obika ili funkcije: (I) – uvezujući (*bonding*), (II) – premošćavajući (*bridging*) i (III) – povezujući (*linking*).

Uvezujući socijalni kapital se odnosi na udruženja i mreže formalnih asocijacija. On služi kao kolektivni mehanizam za upravljanje rizikom u situacijama kada ne postoje fizički resursi i mreže socijalne zaštite. Ovaj oblik socijalnog kapitala predstavlja odnose između relativno homogenih etničkih, religijskih ili socioekonomskih grupa.

Premošćavajući socijalni kapital predstavlja mreže i formalne asocijacije koje povezuju pojedince i grupe nezavisne od glavnih socijalnih kategorija i podjela. Ovaj kapital omogućuje pristup siromašnim grupama ka novim resursima, jača opšte povjerenje i reciprocitet. On igra ključnu ulogu u održivom razvoju, u smanjivanju ra-

zlika između etničkih grupa, u iznalaženju novih radnih mjesta i novih oblika za-
pošljavanja.

Povezujući socijalni kapital predstavlja veze koje pojedinci imaju sa nivoima na kojima se donose odluke i alociraju resursi, što omogućava pristup dodatnim resur-
sima i političkoj relevantnosti. Povezujući socijalni kapital je posebno važan za rast i
razvoj, jer bez uspostavljenih veza sa institucijama lokalne zajednice se ne može od-
govarajuće uticati na javne politike.

12. 3. 4. IZVORI SOCIJALNOG KAPITALA

Na formiranje ili destrukciju socijalnog kapitala utiče osam izvora. To su po-
rodica, škola, lokalna zajednica, firma, civilno društvo, javni sektor, pol i etnicitet.

Porodica kreira norme i socijalne veze. Ona je primarni izvor učenja i mogući
stimulator za uspjeh njenih članova u opštem obrazovanju.

Škole i institucije obrazovanja igraju jaku ulogu. Institucije obrazovanja, pisme-
nost odraslih i profesionalna udruženja mogu ohrabrivati stvaranje i funkcionisanje
mreža kroz različite načine učenja, udruživanja i kreiranja volonterskih inicijativa.
To ohrabruje timski rad na stvaranju novih ideja i spajanju kulturoloških različitosti,
što vodi ka rastu socijalnog kapitala.

Lokalne zajednice i susjedstva, te društvene interakcije između susjeda, prijatelja
i grupa pospješuju stvaranje socijalnog kapitala i zajednički rad u korist opšteg do-
bra. Socijalni kapital je, u stvari, lokalno javno dobro koje proizvodi sama zajednica.

Dok finansijski i humani kapital određuju sposobnost neke firme da proizvodi
neki proizvod ili uslugu, socijalni kapital određuje obim i vrstu relacija unutra fir-
me, te relacije firme sa njenim okruženjem. Tipični primjeri za to su inovativni i in-
dustrijski klasteri, koji mogu povećati i svoje konkurentске prednosti i konkurent-
ske prednosti regije i države.

Civilno društvo je još jedan izvor socijalnog kapitala. Civilno društvo se sastoji
od formalnih i neformalnih grupa i organizacija koje prema državi promovišu razli-
čite interese. Socijalni kapital je priroda i suština socijalnih odnosa u zajednici, a ci-
vilno društvo je institucionalna manifestacija tih relacija.

Socijalni kapital, pored toga što proizvodi bolje javno upravljanje i efikasnije po-
litičke institucije, utiče i na stvaranje komplementarnih mreža i jačanje povjerenja.
Etničke veze su klasičan primjer kako se zajedničke vrijednosti i kultura mogu uve-
zati u cilju stvaranja opšteg blagostanja.

12. 3. 5. DETERMINANTE SOCIJALNOG KAPITALA

Jedna od najvažnijih determinanti socijalnog kapitala je njegova sposobnost ko-
ja omogućava nekoj zemlji da iskoristi raspoložive ekonomske šanse[12]. Naime, ne-
razvijene zemlje koje su socijalno sposobne mogu preko transfera tehnologije, trgo-
vine ili tokova kapitala iskoristiti interakcije sa razvijenim svijetom i brže se razvi-

jati u inovativnim proizvodima i uslugama i stvaranju globalnih niša, dok će zemlje bez socijalne sposobnosti biti osuđene na stagnaciju.

12. 3. 6. KULTURA, SOCIJALNI KAPITAL, DRŽAVNE POLITIKE I EKONOMSKE PERFORMANSE

Kultura i socijalni kapital mogu da proizvedu brojne direktne i indirektne efekte na ekonomski rast. Naime, postoji jaka obostrana komplementarnost između humanog i socijalnog kapitala, te političkih institucija i zakonodavstva. Dobar kvalitet institucija, uz postojanje odgovarajućih vrijednosti, normi i socijalnih mreža, olakšavaju saradnju, što dovodi do viših nivoa investiranja u fizički kapital i ojačava strategije obnove prirodnog kapitala.

Da li će neko društvo raspolagati većim ili manjim socijalnim kapitalom umnogome zavisi i od državnih politika. Država može da utiče na nivo socijalnog kapitala na dva načina: ili da preduzima korake koji doprinose stvaranju socijalnog kapitala ili da svojim politikama iscrpljuje zalihe socijalnog kapitala.

Država ipak nema mnogo poluga za stvaranje socijalnog kapitala, koji je često nusprodukt religije, tradicije i ostalih faktora koji su izvan državne kontrole. Ali, država ima mnoge mogućnosti da preko obrazovanja direktno razvija, odnosno generira socijalni kapital. Obrazovne institucije nijesu samo transmisija humanog kapitala, one stvaraju socijalni kapital u formi socijalnih pravila i normi. Školski i univerzitetski lobiji su danas jedni od najmoćnijih i najefikasnijih lobija.

Država može da i na indirektan način generiše socijalni kapital. To se u prvom redu odnosi na njenu efikasnost u obavljanju svojih osnovnih funkcija: zaštita imovinskih prava i javna sigurnost. Kada država uspostavi stabilan poredak, onda će povjerenje u društvo rasti spontano.

Država može imati i negativan uticaj na socijalni kapital. To se dešava naročito tada kada ona preduzima aktivnosti koje su više stvar privatnog sektora ili civilnog društva nego države. Ako se država upliće u biznis preuzimajući njegovu organizaciju, ljudi postaju zavisni od nje i počinju da gube spontanu sposobnost međusobne saradnje.

Pored države, mogu se identifikovati još dva značajna izvora socijalnog kapitala. To su religija i globalizacija. Religija svojom tradicijom doprinosi izgradnji povjerenja. Globalizacija je, posebno za male otvorene ekonomije, značajan izvor socijalnog kapitala. Iako globalizacija razara domaću kulturu, ona ostavlja i značajne pozitivne tragove, kao na primjer transfer tehnologije, uvođenje međunarodnih računovodstvenih, okolinskih, antikorupcijskih i drugih standarda.

12. 3. 7. KULTUROLOŠKA HOMOGENOST I SOCIJALNI KAPITAL

Etnički nesporazumi i frikcije su važna deternimanta političke ekonomije mnogih država, regija i lokacija. Te frikcije vode ka političkoj nestabilnosti, slabom kvali-

tetu institucija, slabo dizajniranim i implementiranim ekonomskim politikama i razočaravajućim ekonomskim preformansama.

Analize ekonomskog razvoja mnogih zemalja su pokazale da su socijalni kapital i snaga socijalnih mreža veći u zemljama u kojima stanovništvo pripada istoj etničkoj grupi. I povjerenje između ljudi je veće tamo gdje vlada veća etnička homogenost. Istorijska i novija iskustva pokazuju da se međunarodne trgovinske mreže najčešće organiziraju duž etničkih linija (kineske trgovinske mreže u Jugoistočnoj Aziji).

Negativne korelacije između etničke fragmentacije i prihoda *per capita* pokazuju da fragmentacija neke zemlje može usporiti njen ekonomski rast. Zemlje sa visokim stepenom etničke fragmentacije imaju lošije vlade, korumpiranije zvaničnike i činovnike, a često nijesu u mogućnosti da stanovništvu obezbijede mnoga javna dobra[6].

Ali, ovi i slični podaci ne znače da je etnička raznolikost najodgovornija za siromaštvo, nego da postoje i neki drugi faktori koji više utiču na fragmentaciju. Najveći kandidat je slaba interna komunikacija između celularnih socijalnih struktura baziranih na lojalnosti prema lokalnim porodicama i plemenima, što proizvodi nesretnu kombinaciju visokog nivoa lokalnog povjerenja i niskog nivoa nacionalnog povjerenja, tj. plemensko-palanački tip socijalnog kapitala.

12. 3. 8. RAZVOJ SOCIJALNOG KAPITALA U KONTEKSTU NOVE RAZVOJNE FILOZOFIJE CRNE GORE

Prethodna izlaganja su poslužila da se u kontekstu naše rasprave o ulozi kulturoloških faktora, a posebno socijalnog kapitala u ekonomskom razvoju Crne Gore, ukaže i na neke manjkavosti sadašnjih razvojnih politika i razvojnih dokumenata, te potcrtaju neke nove mogućnosti koje znatno podupiru filozofiju ekonomskog razvoja Crne Gore u eri kompetitivnosti.

Osnovna polazišta pri tome su da socijalni kapital proizvodi „pozitivne ekstermalije”, tj. neopipljiva dobra koja imaju realnu, praktičnu i ekonomsku vrijednost, koja povećavaju efikasnost sistema i koja omogućuju da proizvedemo više dobara ili više onih vrijednosti koje najviše cijenimo.

Inovativnu ekonomiju nije moguće stvoriti u većini sadašnjih društava. Ona je moguća samo u onim društvima koja posjeduju socijalni kapital u mjeri koja omogućava samoregulisanje obavljanja biznisa, rast i funkcionisanje kooperacija i inovacijskih, organizacijskih i biznis mreža. Ekonomska funkcija socijalnog kapitala se sastoji u smanjivanju transakcionih troškova čime se stvara kritični potencijal koji nekom društvu omogućava da bude konkurentno na svjetskom tržištu.

U strateškim razvojnim dokumentima Crne Gore koja bi trebalo da se odnose na problematiku koju ovdje obrađujemo nema baš puno, ponekad čak ni načelnih, opredjeljenja o uslovima i programima jačanja kulturoloških faktora koja utiču na razvoj, kao ni o podršci stvaranja i jačanja socijalnog kapitala.

Dva najvažnija razvojna dokumenta koja bi trebalo da se više bave gornjom problematikom¹ ne predviđaju niti terminiraju mjere podrške razvoju kulturoloških faktora i faktora socijalnog kapitala. Negdje se neki potrebni instrumenti pominju vrlo načelno (tehnološki parkovi, inkubatori, preduzetničko obrazovanje, itd.) bez specificiranja rokova, potrebnih sredstava i politika.

Analiza gornjih dokumenata ukazuje da su ona u stvari proizvod preovladujućeg mišljenja ekstrapolacije postojećih razvojnih politika, trendova i filozofije zadržavanja siromaštva.

12. 4. ZAKLJUČCI

S obzirom na potcijenjenost kulturoloških faktora razvoja i potcijenjenost uticaja socijalnog kapitala na kvalitet i održivost razvoja multietničkih i multireligioznih društava kao što je to Crna Gora, te na potrebu podrške kulturoloških i socijalnih faktora kvantnom konceptu razvoja Crne Gore, čini se da bi novi razvojni dokumenti Crne Gore morali svakako uzeti u obzir nekoliko sljedećih ideja:

– *Kreiranje nacionalnog inovacijskog sistema.* Ovaj sistem bi morao biti slobodna mreža ekonomskih organizacija, modernih akademskih institucija i potpornih (vladinih ili paravladinih institucija), otvorena prema regionu i svijetu.

– *Redizajniranje sistema obrazovanja i obuke inovativnih ljudi i preduzetnika.* Novi, redizajnirani sistem se ne smije bazirati na kvantitetu (da li je potrebno da svako veće mjesto u Crnoj Gori ima neki fakultet, od kojih se većina odnosi na „proučavanje” menadžmenta i da li Crna Gora ima nastavnike koji imaju odgovarajuća znanja ili iskustva iz savremenih tehnologija ili iz savremenih tehnika upravljanja biznisom?), nego na kvalitetu. Možda neka iskustva iz Singapura mogu pomoći u redizajniranju samog sistema.²

– *Kreiranje infrastrukture za ekonomiju 21. vijeka.* Ovdje se prvenstveno radi o infrastrukturi koja će podržavati internet industrije, koje će biti dominirajuće u sljedećih nekoliko decenija, te sisteme jeftinog prevoza. To su značajni preduslovi za

¹ „Strategija naučnoistraživačke djelatnosti Crne Gore (2008-2016)”, Ministarstvo prosvjete i nauke Crne Gore, Podgorica, maj 2008. godine i „Strategija razvoja malih i srednjih preduzeća, 2007-2010”, Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća, Podgorica, septembar 2007. godine.

² Singapur je mikro otvorena ekonomija koju karakteriše visok stepen ekonomskih sloboda (prvi u svijetu), preduzetništvo i državna podrška razvoju inovativnog biznisa. Iako Singapur ima jedan od najboljih visokoškolskih sistema u svijetu, te respektabilan broj kampusa najboljih stranih univerziteta, ipak singapurska vlada svake godine izabere 100 najboljih studenata iz sfere poslovne administracije, te ih upiše u najbolje američke poslovne škole, sa zadatkom da tamo razviju neku od inovativnih ideja. Ali, to nije sve. Njih nakon povratka u Singapur čekaju povoljni krediti za realizaciju tih ideja, kao i mreže koji su studenti stvorili tokom školovanja u Americi. Crna Gora bi morala postati bar 5 studenata godišnje – naravno po istom principu.

podršku stvaranja i jačanja socijalnog kapitala, te koheziju kulturoloških faktora i sprječavanje fragmentacije crnogorskog društva.

– *Kreiranje domaćih i regionalnih poslovnih i inovativnih mreža i klastera*. Ovo je vrlo važno za stvaranje i učvršćivanje brendova kao okosnice skokovite filozofije rasta sustizanja bogatih. Nije teško dokazati da su svi današnji crnogorski brendovi u suštini samo protobrendovi, tj brendovi prototipi, koji, da bi postali regionalno i globalno prepoznatljivi, traže dalje usavršavanje, podršku u tranziciji prema realnom brendu, dalji razvoj inovativnosti itd.

– *Razvoj regionalnih trajektorija saradnje i povjerenja*. Čini se da se danas uočavaju obrisi nekoliko mogućih regionalnih trajektorija buduće regionalne saradnje i jačanje povjerenja. To bi, prije svega, mogle biti trajektorije Podgorica –Skadar, Boka – Dubrovnik, Nikšić – Trebinje, Pljevlja (sjeverna Crna Gora) – Sarajevo, sjeverna Crna Gora – Srbija itd.

– *Afirmacija ekofaktora ekonomskog rasta i razvoja*. Crna Gora kao Ustavom proklamovana eko-država to mora i u praksi biti. Pri tome je vrlo važno što prije doći institucionalnu, legislativnu i obrazovnu uporedivost sa najboljom evropskom praksom.

LITERATURA

- [1] OECD. *The Well-being of Nations: the Role of Human and Social Capital*, Paris: OECD, 2001.
- [2] North, Douglas: *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*, New York, Cambridge University Press, 1990.
- [3] Putnam, Robert: *Making Democracy Work*, Princeton University Press, Princeton, 1992.
- [4] Goodman, N.: *An Introduction to Sociology*, New York: Harper Collins, 1991.
- [5] Barro, Robert and McCleary, Rachel: „Religion and Economic Growth across Countries”, *American Sociological Review*, pp. 760-782, October 2003.
- [6] Čulahović, Besim: *Ekonomija svijeta – trendovi, rast i razvoj*, Ekonomski fakultet Sarajevo, 2008.
- [7] Putnam, Robert, *Bowling Alone*, New York: Simon and Schuster, 2000.
- [8] <http://www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/index.htm>
- [9] Durlauf, Steven, Fafchamps, Marcel: *Social Capital, NBER Working Paper 0485*, May, Cambridge, 2004.
- [10] Fukuyama, Francis. Trust: *The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Free Press, New York, 1995.
- [11] La Porta, R.: „Trust in Large Organizations”, *American Economic Review*, Vol. 87 (2), 1997.
- [12] Abramovitz, Moses: „Catching Up, Forging Ahead, and Falling Behind”, *Journal of Economic History* 46 (June), 1986.