

Í *Rannsóknir í félagsvísindum VI*. Ritstjóri Ingjaldur Hannibalsson.
Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands. Reykjavík 2005.
Bl. 53-64. ISBN-9979-9561-3-5.

Ágúst Einarsson, prófessor

Viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands

Símar: 5254500, 8916506, e-mail: agustei@hi.is, vefsíða: www.agust.is

Hagræn áhrif menningar í alþjóðlegu samhengi

Útdráttur

Markmið greinarinnar er að greina hagrænt hlutverk menningar í alþjóðlegu samhengi. Í greininni er lýst framlagi menningar til vergrar landsframleiðslu hérlendis og gerð grein fyrir mikilvægi lítilla og meðalstórra fyrirtækja og frumkvöðla á þessu sviði. Aukin menningarstarfsemi hefur í för með sér fjölbreyttara samfélag og stuðlar að meiri lífsgæðum. Á Íslandi er árlegt framlag menningar til vergrar landsframleiðslu 4% sem er umtalsvert. Það eru fjölmargar leiðir til að styrkja menningarstarfsemi. Í greininni er rætt um áhrif alþjóðavæðingar. Menning verður að ná til mikils meirihluta sérhverrar þjóðar og mæta þörfum núverandi kynslóða án þess að setja skorður við þörfum og möguleikum komandi kynslóða. Samanburður á gögnum frá 48 löndum sýnir að Ísland ver hlutfallslega meira fjármagni en önnur lönd til menningarmála. Í greininni er sett fram sú tilgáta að stjórnvöld í löndum með fáa íbúa verja hlutfallslega meira til menningarmála en gert er í fjölmennari ríkjum. Tölfræðiprófanir staðfesta réttmæti þessarar tilgátu.

Umfang menningar í íslensku hagkerfi

Menning er skilgreind sem mannlegð hegðun sem flyst milli kynslóða en menning mótast fyrst og fremst af reynslu margra kynslóða. Menning lýsir, skapar, varðveitir og miðlar tilfinningum og umhverfi mannlegs samfélags. Það gerist í máli, trú, hugmyndum, venjum, list og íþróttum eða á aðra vegu (Bendixen, 1998; Held *et al.*, 1999; Frey, 2000; Ágúst Einarsson, 2004). Menning hefur í för með jákvæð ytri áhrif en með ytri áhrifum er átt við áhrif sem tengjast óbeint viðkomandi markaði og hafa áhrif á þriðja aðila. Þetta geta verið jákvæð ytri áhrif eða neikvæð ytri áhrif. Dæmi um neikvæð ytri áhrif er mengun. Dæmi um jákvæð ytri áhrif er ný tækni og menntun. Með

henni eykst þekking fólks á mörgum sviðum sem kemur sér vel fyrir hagkerfið.

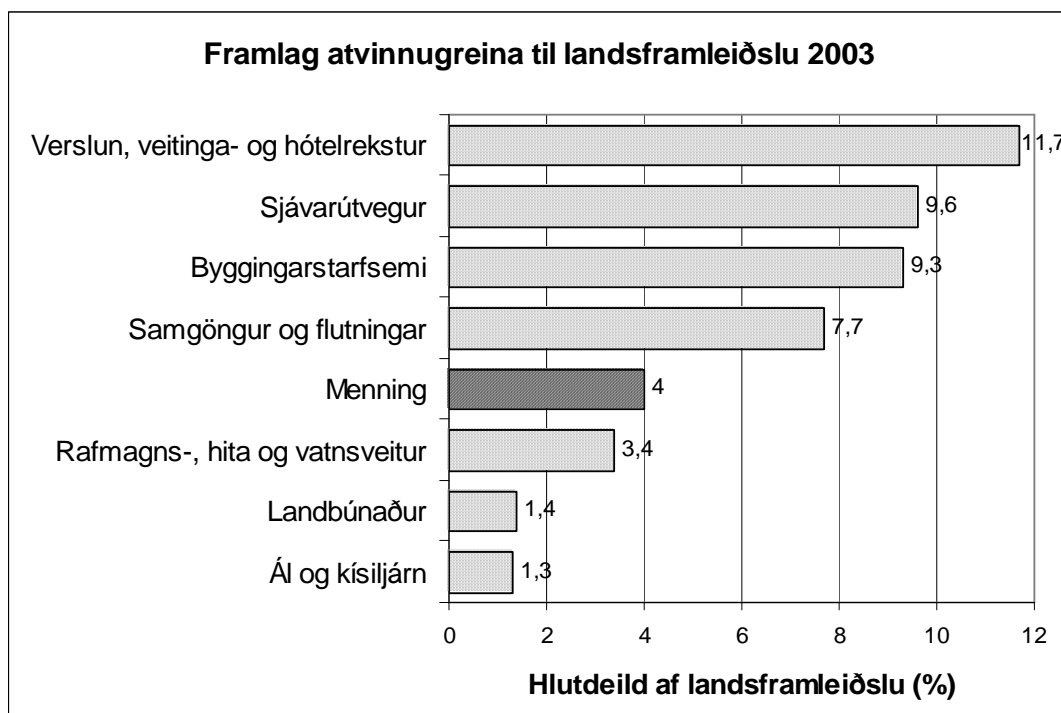
Stjórnvöld geta stuðlað að jákvæðum ytri áhrifum, t.d. með því að styðja við rannsóknir. Jákvæð áhrif menningar koma m.a. fram í því að menning leiðir til fjölbreyttara samfélags og eykur möguleika einstaklinga á hamingjusamara lífi (Sable og Kling, 2000). Opinber stuðningur við menningu er því rökréttur og áhrifamikill til að auka þessi jákvæðu áhrif. Ytri áhrif eru mikilvæg í sambandi við almannagæði en einkenni þeirra er að ekki er hægt að útiloka aðra frá notkun og notkun eins minnkar ekki notagildi annarra. Dæmi um almannagæði eru landvarnir. Ekki er hægt að útiloka einstaka þjóðfélagsþegna frá því að njóta landvarna og sé landvörnum haldið uppi njóta þess allir án þess að notkun eins minnki notagildi annarra.

Vörur og þjónusta eru hið efnislega innihald menningar og gera hana sýnilega (Howes, 1996). Menning eru almannagæði sem standa öllum til boða eins og sést vel á fornminjum. Fornminjar eru almennt gerðar öllum aðgengilegar og aðgangur eins rýrir ekki möguleika annars að njóta og fræðast um fornminjar. Einkavörur eru þær vörur þar sem hægt er að útiloka aðra frá því að njóta þeirra og notkun eins rýrir möguleika annars á nýtingu. Flestar vörur á markaði eru einkavörur. Það er ekki gerlegt að fella allt í menningu undir hrein almannagæði því margt í menningu eru einkavörur eins og tónleikar og listsýningar. Slíkir menningarlegir atburðir eru ófullkomin almannagæði. Eitt sérkenni í tengslum við menningu er að erfitt er að setja verðmiða á ýmsa þætti hennar vegna þess að verðmætamat breytist, jafnvel verulega, milli ára eða kynslóða, Málverk Van Goughs þóttu ekki mikils virði á lífdögum málarans.

Menningarstofnun Sameinuðu þjóðanna (UNESCO) skilgreinir níu flokkar menningar til að flokka hagtölur í tengslum við menningu (Haydon, 2000). Þeir eru menjar, bókmenntir og annað prentað efni, tónlist, aðrar sviðslistir (performing arts), útvarp, sjónvarp, félagsleg starfsemi, íþróttir og umhverfismál. Menning er þannig miklu víðara hugtak en sem felst aðeins í list og listsköpun. Hérlandis er prentun og útgáfa umfangsmesti þátturinn og síðan alls kyns listræn starfsemi eins og tónlist og leiklist. Listræn starfsemi eins árs getur verið endurtekin í einu eða öðru formi síðar, t.d. með sýningum eða útgáfum, næstu ár, ártugi eða jafnvel öldum síðar. Leikrit Shakespeares er stöðugt leikin

400 árum eftir andlát hans. Þannig margfaldast listræn sköpun í hagkerfinu yfir lengra tímabil.

Menningarleg þátttaka héraendis er mikil sem sést m.a. á því að útgáfa bóka á hverja 1.0000 íbúa er langmest héraendis af öllum Norðurlandþjóðum og aðsókn að leikhúsum og söfnum á hvern íbúa er einnig hæst héraendis. Netaðgangur í heimahúsum, en Netið er mikilvægur þáttur dreifingu á menningu, er hæstur héraendis af öllum löndum Evrópu (*Fjölmiðlun og menning*, 2003). Mynd 1 sýnir framlag nokkurra atvinnugreina til landsframleiðslu árið 2003 (Ágúst Einarsson, 2004).



Mynd 1: Framlag átta atvinnugreina til landsframleiðslu á Íslandi árið 2003

Framlag menningar til landsframleiðslu er meiri en ætla mætti að óreyndu. Þannig er framlag menningar 4% á sama tíma og framlag landbúnaðar er 1,4% og veitustofnana 3,4%. Hinar átta atvinnugreinar á mynd 1 skila 48% af landsframleiðslunni.

Flest fyrirtæki í menningargeiranum á Íslandi eru lítil og meðalstór fyrirtæki (Small and Medium Sized Enterprises) eða örfyrirtæki (Microenterprises). Hér eru lítil og meðalstór fyrirtæki skilgreind sem fyrirtæki með 5 til 20 starfsmenn en örfyrirtæki með færri en 5 starfsmenn. Af fyrirtækjum í menningargeiranum eru um

80% með 1 til 5 starfsmenn, um 15% með 5 til 20 starfsmenn og 5% með fleiri en 20 starfsmenn (Ágúst Einarsson, 2005). Listamenn og aðrir í menningargeiranum starfa oft í litlum einingum. Mörg stærri fyrirtæki eru í prentun og útgáfu og í rekstri útvarps og sjónvarps en lítil fyrirtæki eru einnig algeng, t.d. í prentun og útgáfu.

Menningargeirinn laðar mjög að frumkvöðla og hentar því vel það umhverfi breytinga sem á sér stað í hagkerfi heimsins um þessar mundir. Mikilvægi frumkvöðla innan menningargeirans kemur einnig vel fram þegar skapandi atvinnugreinar eru skoðaðar (Florida, 2005). Hugmyndafræði um skapandi atvinnugreinar fellur vel að umfjöllun um menningu þar sem sköpun er liður í menningarlegri tjáningu einstaklings byggir á bakgrunni hans og gerð samfélagsins (Csikszentmihalyi, 1999). Stærðarhagkvæmni er ekki eins áberandi innan menningargeirans og í mörgum öðrum atvinnugreinum. Þess vegna er árangursríkt að örva starfsemi frumkvöðla og örfyrirtækja og lítilla og meðalstórra fyrirtækja innan menningar.

Aðgerðir til að efla menningarlega starfsemi

Aðgerðir sem efla menningarlega starfsemi hafa í för með sér aukinn hagvöxt og bætt lífskjör. Leiðir í því eru nokkrar. Efling skólakerfisins er ein sú besta og hefur tvenns konar áhrif. Í fyrra lagi eykur hún þekkingu á menningu meðal almennings og gerir fólki kleift að njóta hennar betur og í meira mæli en áður. Í öðru lagi eykur hún áhuga og færni þeirra einstaklinga sem síðar munu vinna innan menningargeirans. Skólakerfið er almennt eitt helsta verkfæri til jafnréttis. Mikilvægi sömu möguleika fyrir ungt fólk að taka þátt í listum og listsköpun án tillits til bakgrunns og efnahags er augljós. Mörg lönd hafa hrint í framkvæmd ýmsum aðgerðum til að auka menningarlega starfsemi (*Cultural Policies in Europe*, 2005).

Í mörgum löndum hafa stjórnvöld beitt skattakerfinu til að auka framlög einstaklinga og fyrirtækja til menningar og má þar benda á Ástralíu, Bandaríkin, Chile, Írland, Rúmeníu og Þýskaland (Schuster, 1999). Erlendis er oftast veittur skattalegur afsláttur en slíkar hugmyndir, þ.e. að fyrirtæki mættu draga slík framlög frá skattskyldum tekjum með tilteknu álagi, hafa verið lagðar fram hérlendis en ekki náð fram að ganga (Ágúst Einarsson, 2001). Beiting skattakerfisins til að örva menningarlegt starf og til að byggja brýr milli fyrirtækja og

einstaklinga, einkum frumkvöðla, hefur reynst mjög vel í öðrum löndum.

Stuðningur opinberra aðila við listir innan Evrópu hefur hin síðari ár einkum beinst að úrbótum í skattamálum, stuðningi við tækninýjungar og greiðslur fyrir höfundarétt og bættu löggjöf á því sviði. Þessar stuðningsaðgerðir hafa að hluta til komið í stað beinna styrkja sem voru oft byggðir á félagslegum sjónarmiðum eða sérstakri aðild að fagfélögum listamanna. Ný tækni innan listsköpunar, eins og Netið og margmiðlun, hafa víða notið sérstaks stuðnings hins opinbera. Opinber stuðningur í mörgum löndum tekur í vaxandi mæli mið af byggðasjónarmiður (*World Culture Report 2000, 2002; Storm 2003*)

Enn önnur leið til að auka menningarleg umsvif er að huga að skipulagsbreytingum innan og utan opinberrar stjónsýslu, Stofnun sérstaks menningarráðuneytis hefur sem dæmi gengið vel á öðrum Norðurlöndum og í Frakklandi. Hérlandis eru menningarmál innan menntamálaráðuneytis. Ef málasvið menningar í ýmsum ráðuneytum yrðu sameinuð í sérstöku ráðuneyti, eins og lagt hefur verið til hérlandis (Ágúst Einarsson, 2005) væru umsvif þess, mælt í framlögum á fjárlögum, umtalsverð og meiri en hjá mörgum öðrum núverandi ráðuneytum. Í menningarráðuneyti væri einnig hægt að efla enn frekar umgjörð um starfsemi frumkvöðla og lítilla og meðalstórra fyrirtækja og örfyrirtækja í menningargeiranum, m.a. með auknum rannsóknum og ekki hvað síst með því að skapa sérstaka stjónsýslulega umgjörð um skapandi atvinnugreinar og fylgja þannig breyttum atvinnuháttum eftir í endurskipulagningu á opinberu regluverki.

Alþjóðavæðing menningar

Alþjóðavæðing menningar einkennist af flæði sem markast af umfangi. Bókmenntir, tónlist, löggjöf og heimspeki hafa flætt um heiminn og kerfin sem dreifa þeim eru oft skipulagsheildir, þ.e. fyrirtæki og stofnanir, oft í opinberri eigu en alls ekki alltaf. Markmið framleiðslu almannagæða af hálfu opinberra aðila er að bæta umhverfið og lífskjör einstaklinga, Hinir opinberu aðilar, sem eru oftast lýðræðislega kosnir, hafa þannig jákvæð ytri áhrif með starfi sínu. Menning fellur vel þessum ramma. Markaðsbrestir eru þegar markaður getur ekki af eigin rammleik tryggt hagkvæmni og þá geta stjórnvöld komið inn í og stuðlað að hagkvæmni, t.d. með regluverki gegn

mengun. Aðferðafræði stofnanahagfræðinnar hentar vel til greiningar á menningu í þessu samhengi (Richter og Furubotn, 1999; Jackson, 1996)

Alþjóðavæðing breytir miklu, m.a. í viðskiptum, en margt hefur einnig breyst í ytra umhverfi. Íbúafjöldi heims er um 6,3 milljarðar en var 1,3 milljarður í upphafi 20. aldar. Talið er að íbúafjöldi jarðar verði kominn í um 8 milljarða innan 20-25 ára. Misskipting tekna og eigna þjóða heims er mikil og fer vaxandi (Þráinn Eggertsson, 2005). Menning sem endurspeglar margvíslega strauma auk þess að vera straumur eða flæði mótast af þessum aðstæðum. Alþjóðavæðingin hefur margvíslega kosti í för með sér eins og stærri markaði, lægri viðskiptakostnað, meiri og hraðari dreifingu þekkingar, fleiri tækifæri og meiri menntun sem getur stuðlað að friði og bættum lífskjörum. Það eru þó ekki allir sem sjá einungis kosti við alþjóðavæðingu heldur benda á þætti eins og takmarkaðar auðlindir og umhverfi sem verði að lúta takmörkunum á sama tíma og fjármálageirinn býr við engar takmarkanir sem kalli á ýmis félagsleg vandamál (Altwater, 1996)

Menning og menningarlegir atburðir og þátttaka í þeim hefur mikið gildi fyrir sérhvern einstakling. Þess vegna er mikilvægt að tryggja aðkomu sem flestra einstaklinga í sem flestum samfélögum að menningarleg starfsemi þótt vissulega komi upp sníkilsvandi (free rider problem) sem er algengt í tengslum við almannagæði. Ef aðgangur almennings að menningarstarfi er hins vegar ekki tryggður verður menning að einokun, náttúrlegri einokun, þar sem aðeins fáir útvaldir hafa aðgang að menningarstarfsemi. Þjóðfélög fyrri tíma einkenndust einmitt af mikilli stéttaskiptingu og takmörkuðum aðgangi almennings að mörgum þáttum menningar. Hugmyndin um jafnræði þegnanna er því mikilvæg í menningarmálum.

Alþjóðleg almannagæði, eins og menning er, þarf því að ná til mikils meirihluta einstakra þjóða og til sem flestra þjóða. Í þessu sambandi er hægt að krefjast að alþjóðleg almannagæði mæti þörfum núverandi kynslóða án þess að ganga á hlut komandi kynslóða. Með þessu er hugtakið um sjálfbærni fellt að umgjörð alþjóðlegra almannagæða (Kaul *et al.*, 1999). Menning fellur vel að þessu því fólk er, sérstaklega á okkar tímum, að reyna að varðveita menningarlega fjölbreytni og alþjóðavæðingin er oft talin fela hættur í sér fyrir varðveislu slíkrar menningarlegrar fjölbreytni. Það er því mikilvægt fyrir stjórnvöld á alþjóðavísu og í einstökum löndum og svæðum að tryggja sem bestan aðgang að menningarlegri starfsemi. Almannagæði

verði því að sýna fram á fjölbreytni gagnvart þjóðum, kynþáttum og kynslóðum. Hið sígilda verkefni hagfræðinnar að lýsa hver framleiðir hvað fyrir hvern endurspeglar vel að menningarleg starfsemi fellur ágætlega að þessum ramma.

Alþjóðlegur samanburður

Menning er í vaxandi mæli skoðuð í alþjóðlegu samhengi, þ.e. menningarleg fjölbreytni og sjálfsmynd þjóða (*World Culture Report 2000*, 2002). Það er þó ekkert eitt sem lýsir alþjóðlegri menningu á einhlítan hátt, ekkert frekar en menningu einstakra þjóða. Alþjóðlegir menningarstraumar endurspeglar einfaldlega þá staðreynd að vegna alþjóðavæðingar verður menning þjóða og kynþátta undir meiri áhrifum frá öðrum menningarsvæðum en áður. Slík fjölþjóðleg áhrif eru ekkert nýtt undir sólinni heldur hafa þau alla tíð verið í sögu mannsins. Það sem er hins vegar nýtt er að áhrifin nú til dags eru alþjóðleg, þ.e. koma alls staðar frá og í miklu meira mæli en áður.

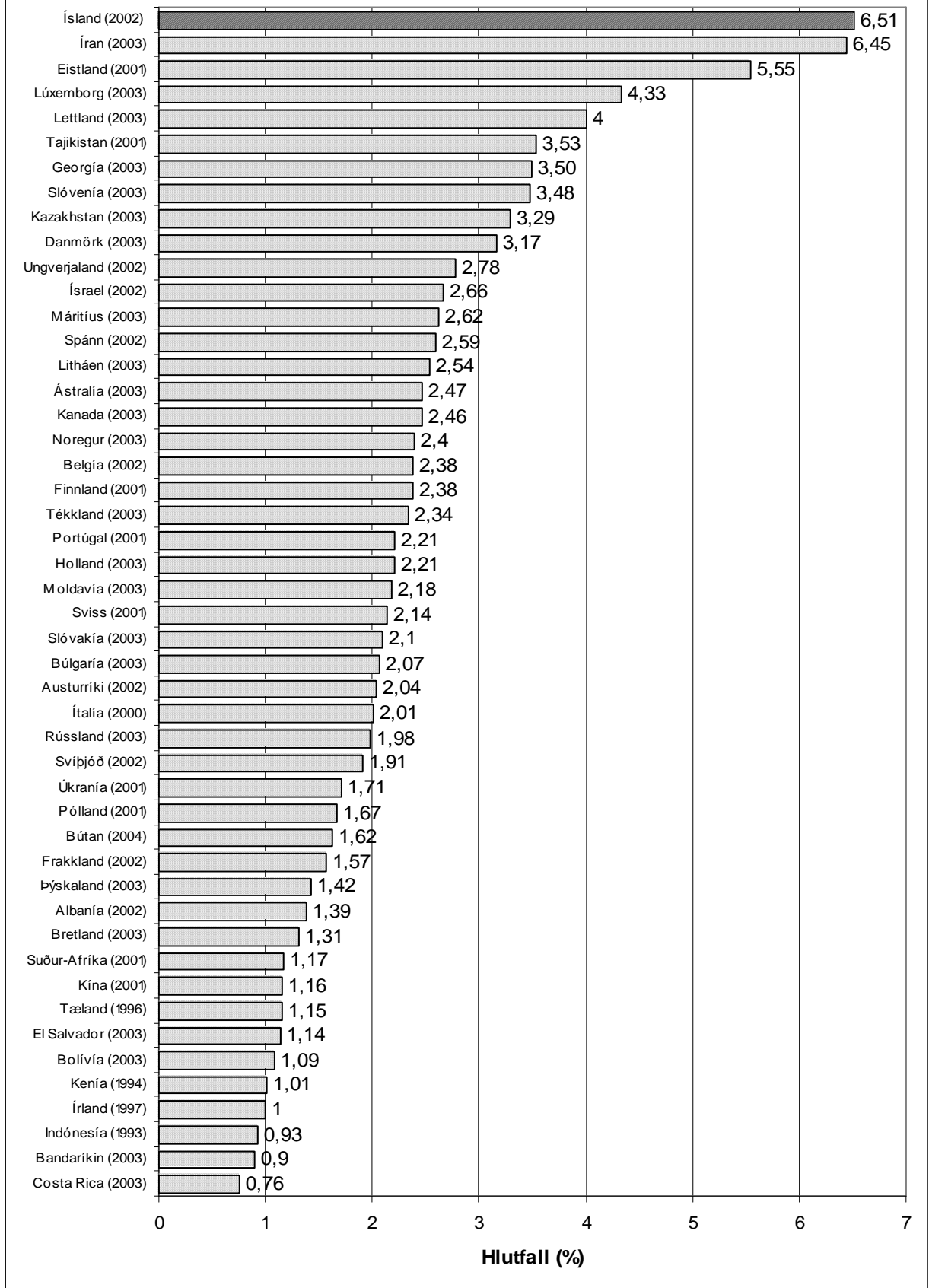
Það er hægt að halda því fram með rökum að ekki hafa öll menningarsvæði sömu möguleika og önnur til að hafa áhrif. Smærri menningarsvæði, t.d. fámennar þjóðir, hafa oft hvorki fjárhagslegt bolmagn til að rækta menningarlega sérstöðu sína sem skyldi né að koma henni vel á framfæri meðal annarra þjóða. Einangrun getur verið af margvíslegum toga, t.d. vegna tungumála, samgangna og menntunar. Þessi álitaefni falla undir alþjóðlega menningarhagfræði og spurningin hér er hvort smærri menningarsvæði séu í einhverri hættu vegna vaxandi alþjóðavæðingar, ekki vegna þess að þessi smærri samfélög séu þiggjendur frekar en veitendur heldur vegna þess að þau eru smá.

Til þess að svara þessum spurningum er hægt að meta þær áherslur sem kjörin stjórnvöld leggja á menningarmál og vita hvort stærð þjóða hefur áhrif á áherslur stjórnvaldamanna, fulltrúa almennings, á menningarmál. Ein leið til að mæla áherslu stjórnvalda á einstaka málaflokka er að skoða hversu hátt hlutfall opinberra gjalda er varið í viðkomandi málaflokk. Land sem leggur mikla áherslu á varnarmál, eins og Bandaríkin, verja hlutfallslega meira í þann málaflokk en önnur lönd og lönd sem leggja mikla áherslu á menntamál, eins og Finnland, leggja meira til þeirra mála en önnur.

Í þessari grein er skoðað hlutfall opinberra útgjalda 48 þjóða til menningarmála. Innifalið í þeim útgjöldum eru útgjöld til íþróttar og trúmála og eru öll opinber útgjöld talin með, bæði ríkisvalds, fylkja og

sveitarfélaga. Mynd 2 sýnir þetta hlutfall (*Government Finance Statistical Yearbook, 2002-2004*). Árið í sviganum á eftir heiti landsins er það ár sem upplýsingar eru síðast tiltækar.

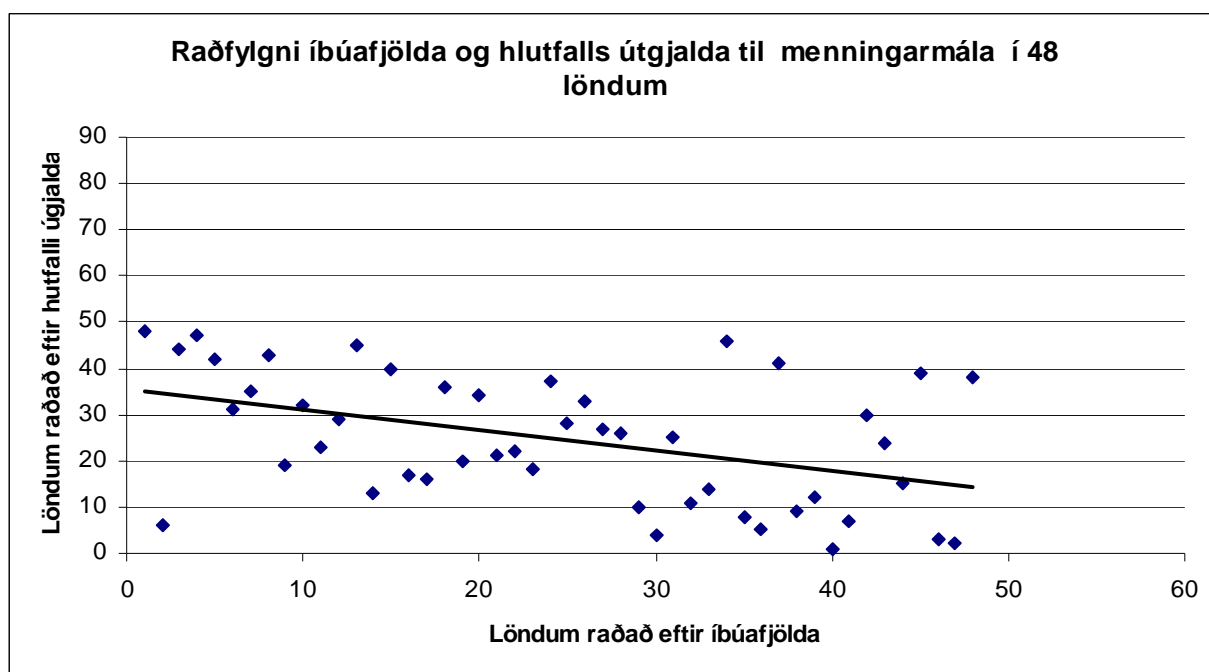
Hlutfall opinberra útgjalda til menningarmála í 48 löndum



Mynd 2: Hlutfall opinberra útgjalda til menningarmála í 48 löndum

Í löndunum 48 á mynd 2 búa 2,8 milljarðar manna eða um 45% af íbúafjölda heims. Ísland ver hlutfallslega mestu til menningarmála af þessum 48 ríkjum. Aukin opinber útgjöld til menningarmála hérlendis undanfarin 20 ár sýna verulega áherslu stjórnvalda á menningu. Opinber útgjöld hafa aukist um 50% síðustu 20 ár (Ágúst Einarsson, 2004). Mælikvarðinn að nota hlutfall opinberra útgjalda til viðkomandi málflokks endurspeglar ágætlega stjórnfélagslega áherslu hverju sinni. Ísland er fámennt ríki með mikla menningarsögu og er mjög meðvitað um dýrmæti menningarlegrar fjölbreytni, ekki hvað síst í alþjóðlegu umróti.

Hér er sú fullyrðing sett fram að stjórnvöld í fámennnum ríkjum verji hlutfallslega meira til menningarmála en hin fjölmennari ríki. Ástæðan er sú að stjórnvöld í fámennnum ríkjum eru almennt vel meðvitað um mikilvægi þess að styðja við bakið á menningarstarfsemi. Stjórnvöld í fjölmennnum ríkjum þurfa ekki að hafa miklar áhyggjur af slíku, þar sem stærðin tryggir fjölbreytni og mikil umsvif og slík samfélög eru meira veitendur en þiggjendur á alþjóða vísu. Löndunum 48 er raðað eftir íbúafjölda og hlutfalli menningarútgjalda og raðfylgnin mæld og tilgátan prófuð. Niðurstöðurnar eru á mynd 3.



Mynd 3: Raðfylgni íbúafjölda og hlutfalls útgjalda til menningarmála í 48 löndum

Spearmann-stuðullinn fyrir raðfylgnina R í mynd 3 er 0,44 og er þetta tölfræðilega marktækt samband við 5% öryggismörk. Stjórnvöld í fámennari löndum verja þannig hlutfallslega meira til menningarmála en stjórnvöld í fjölmennum löndum,. Áhersla fámennari landa á menningarmál er vel skiljanleg í ljósi þess að þau vilja tryggja menningararfleið sína í sífellt opnari heimi. Ísland er gott dæmi um slíka afstöðu.

Niðurstöður

Menningarstarfsemi er mikilvægur þáttur í íslensku hagkerfi og hagræn áhrif hennar eru víða vanmetin. Aukin vellíðan vegna þátttöku í menningarlegum atburðum er ekki alltaf mæld eða mælanleg í krónum og aurum en engu að síður mikilvæg í hverju samfélagi. Virði og styrkleiki sérhvers samfélags liggur ekki hvað síst í því hversu djúpar menningarlegar rætur þess eru. Opinber stjórnvöld geta stutt við menningarstarfsemi og stuðlað þannig að jákvæðum ytri áhrifum sem menning hefur í för með sér og sem eykur hagvöxt og bætir lífskjör.

Framlag menningar til verðmætasköpunar hérlendis er um 4% sem er umtalsvert í samanburði við aðrar atvinnugreinar. Flest fyrirtæki á menningarsviðinu eru lítil og meðalstór eða örfyrirtæki. Frumkvöðlar eru mikilvægir og algengir innan menningargeirans. Það eru fjölmargar aðferðir til að efla þátt menningar í hagkerfinu, m.a. í gegnum skólakerfið, skattakerfið og stofnun sérstaks menningarráðuneytis. Alþjóðvæðingin felur í sér fjölmörg tækifæri á mörgum sviðum en skapar jafnframt hættur við það að tryggja menninglega fjölbreytni, einkum í smærri samfélögum. Hugtakið um sjálfbærni er mikilvægt verkfæri til að tryggja menningarlega fjölbreytni.

Íslendingar verja stærri hluta opinberra útgjalda til menningarmála en aðrar þjóðir. Fámennari þjóðir verja hlutfallslega meira til menningarmála en hinar fjölmennari þjóðir. Gögn frá 48 löndum staðfesta þá niðurstöðu.

Heimildaskrá

- Altvater E. (1996). *Grenzen der Globalisierung: Ökonomie, Ökologie und Politik in der Weltgesellschaft*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Ágúst Einarsson (2001). Umfang menningar í íslensku hagkerfi. *Tímarit Máls og menningar*, 61(3), 43-50.
- Ágúst Einarsson (2004). Hagræn áhrif tónlistar. Reykjavík: Viðskipta- og hagfræðideild Háskóla Íslands.
- Ágúst Einarsson (2005). The Economic Impact of the Icelandic Music Industry – Structure and Management. Í *Proceedings from the International Conference on Arts & Cultural Management*. July 3-6, 2005. Montreal: HEC.
- Bendixen P. (1998). *Einführung in die Kultur- und Kunstökonomie*. Opladen: Westdeutscher Verlag,
- Csikszentmihalyi M. (1999). Implication of a Systems Perspective for the Study of Creativity. Í Sternberg R.J. (ritstj) *Handbook of Creativity* (bls. 313-335). New York: Cambridge University Press.
- Cultural Policies in Europe* (2005). Strassbourg: Council of Europe. Slóðin er <http://www.culturalpolicies.net/>
- Fjölmiðlun og Menning* (2003). Reykjavík: Hagstofa Íslands.
- Florida R. (2005). *The Flight of the Creative Class*. New York: HarperCollins Publishers.
- Frey B.S. (2000). *Arts and Economics*. Berlin: Springer-Verlag.
- Government Finance Statistics Yearbook*. (2002-2004). Vol. XXVI-XXVIII. Washington: International Monetary Fund.
- Haydon B. (2000). Cultural Statistics within a Developed Statistical System (Australia and Canada). Í *World Culture Report*. Highlights. Part Five. Methodology: Building Cultural Indicators. Paris: UNESCO.
- Held D., McGrew A., Goldblatt D. og Perator J. (1999). *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Howes D. (1996). Introduction. Commodities and Cultural Borders. Í Howes D. (ritstj.) *Cross-Cultural Consumption. Global Markets. Local Realities* (1-18). London: Routledge.
- Jackson W.A. (1996). Cultural Materialism and Institutional Economics. *Review of Social Economy*, 54(2), 221-244.

- Kaul I., Grunberg I. og Stern M.A. (ritstjórar) (1999). *Global Public Goods. International Cooperation in the 21st Century*. London: Oxford University Press.
- Landshagir* (2004). Reykjavík: Hagstofa Íslands.
- Richer R. og Furubotn E.G. (1999). *Neue Institutionenökonomik*, 2. útg. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Sable K.A. og Kling R.W. (2001). The Double Public Good: A Conceptual Framework for “Shared Experience” Values Associated with Heritage Conservation. *Journal of Cultural Economics*, 25(2), 77-89.
- Schuster J.M. (1999). The Other Side of the Subsidized Muse: Indirect Aid Revisited. *Journal of Cultural Economics*, 23(1/2), 51-70.
- Storm E. (2003). Cultural Policy as Development Policy: Evidence from the United States. *International Journal of Cultural Policy*, 9(3), 247-263.
- World Culture Report 2000* (2002). Paris: UNESCO.
- Þráinn Eggertsson (2005). *Imperfect Institutions*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.