

Ágúst Einarsson

Erindi á málstofu um menningarhagfræði 11. nóv. 2003

- | | |
|--|----------------|
| 1. Lesefni og skilgreining | (glærur 2-3) |
| 2. List innan hagfræðinnar | (glærur 4-10) |
| 3. Hagræn áhrif menningar á Íslandi | (glærur 11-17) |
| 4. Almennagæði | (glærur 18-23) |
| 5. Alþjóðavæðing menningar | (glærur 24-28) |
| 6. Leiðir til að efla mennarstarfsemi | (glærur 29-34) |
| 7. Útgjöld til menningarmála á alþjóða vettvangi | (glærur 35-41) |

1. Lesefni og skilgreining

Frey B.S. Arts and Economics, Springer, Berlin-Heidelberg, 2000
Kaul I., Grunberg, I., Stern M.A. Defining Global Public Goods í:
Kaul I., Grunberg I., Stern M.A. (ritstj.). *Global Public Goods. International Cooperation in the 21st Century*. London: Oxford University Press 1999.

Held D. et al. *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*. Cambridge: Polity Press, 1999. Hluti 7. kafla:
Globalization, Culture and the Fate of Nations.

Ágúst Einarsson. „Menning er mikilvæg atvinnugrein – og umsvifamikill þáttur í hagkerfinu“. *Tímarit um menningu og mannlíf (tmm)* 62 (2001).

Ágúst Einarsson. The Economic Contribution of SMEs within the Cultural Sector in an Small Society in an Global Context. 14th

International SME Conference, September 15-18, 2003, WASME, ISMEA, Tel-Aviv, Israel (er á skráasvæðinu).

Með menningu er átt við hverja þá hegðun eða starfsemi sem byggir á viðleitni mannsins til að lýsa, skapa, varðveita eða miðla tilfinningum eða umhverfi mannlegs samfélags hvort sem það er gert í máli, myndum, tónum, hreyfingu, trú, hugmyndum, venjum eða á annan hátt. Til menningar telst því hvert það starf innan samfélagsins sem miðar að því að koma menningu á framfæri sama í hvaða formi það er.

Hér er beitt aðferðafræði menningarhagfræði (e: *culture economics*) sem er sérgrein innan hagfræði og listfræði. Innan menningarhagfræði er m.a. fjallað um hagræn áhrif menningar.

2. List innan hagfræðinnar

Það er ekki alltaf auðvelt að taka fræði og fara með þau yfir á nýtt svið eins og við gerum í menningarhagfræði, að taka hefðbundnar aðferðir hagfræðinnar og fara með þær yfir á menningarsviðið. Vandamál sem þarna geta skapast er til dæmis hvernig ber að skilja menningu eða skilja listir. Annað vandamál sem líka hefur verið bent á er að þeir hagfræðingar sem gera þetta af sérstökum áhuga eru listunnendur og þannig vill kannski brenglast mat þeirra og aðkoma að efninu. Alla vega getum við þó slegið því föstu að það sé mikilvægt þegar menn skoða hagfræði lista, eða menningarhagfræði, að líta ekki aðeins á þetta út frá fjárhagslegu sjónarmiði. Þetta er stærri umgjörð.

Við viljum líka skoða þetta út frá framboði og eftirspurn á listum, þ.e.a.s. annars vegar út frá neytendum sem kaupa list og hins vegar út frá framleiðendum, þ.e.a.s. listamönnunum. Þetta getur hjálpað okkur við að skilja í hverju list er fólgin þegar við notum hagrænt sjónarhorn. Það er til dæmis hægt að greina þessa hluti eftir því hvernig menn nálgast viðfangsefnið. Það er t.d. með mjög ólíkum hætti hvernig stutt er við bakið á list. Í Evrópu er algengt að það séu styrkir og rekin söfn af

opinberu hálfu, en í Bandaríkjunum eru slíkir styrkir oft gerðir með skattaávilnunum, bæði af hálfu fyrirtækja og einstaklinga. Einnig verða menn varir við vaxandi hlutverk fyrirtækja sem styðja við bakið á einstökum listamönnum eða listgreinum.

Við tökum líka eftir að verð á listmunum og list fer yfirleitt hækkandi í heiminum og alþjóðleg verslun hefur aukist. Þetta eru fjölmennar samkomur víða, tónlistarhátíðir, listahátíðir eins og við þekkjum líka hér á landi, sem skapa mikil verðmæti í umhverfinu og laða til sín ferðamenn. Slík tengsl milli hins hagræna og hins listræna liggja nokkuð í augum uppi en þau þarf að skoða, en þau eru í sjálfu sér ekkert sérstaklega flókin.

Sjónarmiðið sem við tölum út frá í þessu samhengi er að einblína á einstaklinginn, ekki sem einangrað fyrirbæri heldur að líta á einstaklinginn sem rannsóknarviðfangsefni frekar en ríki, hópa eða samfélög. Við lítum líka svo á að hegðun manna fari eftir nytjaviðhorfum. Fólk metur þessa þætti alveg eins og þeir meta annað í umhverfi sínu og það reynir að hámarka notagildi sitt með sínum takmörkunum, auðlindum eða launum. Einstaklingar reyna að hámarka sínar eigin nytjar. Breytingar í hegðun verða vegna breytinga í ytra umhverfi, t.d. launabreytinga, og smekkur breytist. Áhrif tískusveiflur á þessu sviði eru líka mikil.

Mikilvægur þáttur eru stofnanir, þ.e.a.s. reglur sem eru í umhverfinu. Það þarf að skoða hvernig áhrif þær hafa á mannlega hegðun og þar með ákvarða þær þá möguleika til ákvarðanatöku sem til staðar eru. Innan hagfræðinnar er stofnanir skoðaðar út frá því hvaða áhrif mismunandi gerð þeirra hefur á eftirspurn og framboð á list. Við erum ekki hér að ræða um hvort að leikhús nái fram pareto hagkvæmni hvað varðar gæði og annað slíkt, heldur erum við að skoða hvernig leikhús starfar í samkeppnisumhverfi eða í einkasöluumhverfi eða hvort munur er á því hvort það fái styrki frá opinberra hálfu eða frá einkaaðilum. Við erum að skoða mismunandi leikreglur í umhverfi menningarlegra stofnana og það sem fellur þá undir hina nýju stofnanahagfræði.

Við viljum skilja það þannig, að menningarhagfræði sé ákveðin aðferðarfræði hvernig við skoðum menningu og listir. Við viljum meina

að það séu sérstakar aðstæður í menningu og listum sem gera það að verkum að þetta sé sérgrein frekar en að við séum að nota hefðbundnar aðferðir við nýjar aðstæður. Þessi sérstaða er til dæmis fólgin í stofnununum og regluverkinu sem umlykur menningu og listir og ólík hegðun neytenda. Við lítum svo á að þetta byggist á nytjafræðinni, þ.e.a.s. einstaklingurinn tekur list alveg eins og honum finnst og það sé í sjálfu sér ekkert til sem heitir góð eða slæm list. Þetta fer eftir jafngildislínum hans hvernig hann metur list í samanburði við önnur gæði.

Það er til skemmtilegt dæmi í þessu sambandi, sem er þessi spurning hvort það eigi að setja eftirmyndir í söfn til að leyfa fólki að sjá málverk sem er erfitt að sjá og er bara til í einu eintaki. Innan hagfræðinnar er í sjálfu sér ekkert verið að meta gæði eftirprentunarinnar, heldur bara verið að segja að smekkur einstaklingsins sker úr um notagildi slíkra aðferða. Það er hinsvegar heilmikil umræða meðal listfræðinga að hve miklu leyti þetta er list og hvort þetta beinlínis skaði list. Við erum hins vegar að vinna út frá hugtökunum um jafngildislínur, þ.e.a.s. nytjaföllum, eins og við notum almennt í hagfræðinni sem afstöðu einstaklinga til gæða. Það sem við getum sagt í sambandi við þetta er að kveða upp úr um áhrif á eftirspurn og framboð á list. Það er ekki okkar að segja eitthvað til um hvaða áhrif þetta hefur á eignarréttarumræðu á einstökum verkum sem yrðu kóperuð á þennan hátt. Málverk eru jú bara til í einu eintaki en bækur eru til í þúsundum eintaka, enda ekki sambærilegur hlutur.

Það er athyglisvert þegar við erum að tala um eftirprentanir að gömlu handritarannsakerndurnir eins og Jón Helgason prófessor sögðu að það væri miklu miklu betra að rannsaka ljósrit og myndir af handritunum heldur en nokkurn tíma handritin sjálf. Textinn væri miklu skýrara á ljósmyndunum og ljósritunum af handritunum en að rýna í skinnhandrit. Ef eftirmyndirnar eru svo líkar frummyndinni að ekki er hægt að gera greinarmun á lækkar verðið á frummyndunum. Við höfum dæmi um slíkar falsanir sem hafa lækkað verð á myndum, eins og við þekkjum af málverkafölsunarmálinu sem hefur verið hér undanfarin ár.

Við gerum greinarmun á frumþörf eða frumeftirspurn einstaklinga og viðbótareftirspurn. Þetta gerir ráð fyrir að það sé grunnviðhorf til lista

og svo getur því verið settar skorður á margvíslegan máta. Til dæmis ef við gerum ráð fyrir að einhver sé virkilegur óperuunnandi, getur verið að hann búi við skerðingar sem gera það að verkum að hann getur ekki notið þess og fullnægt þeim þörfum eins og hann vildi. Hann gæti verið fátækur og þá væri það tekjutakmörkun. Það getur líka verið að hann sé svo tímabundinn, þessi óperuunnandi, að hann komist eiginlega aldrei í leikhús og það er þá tímatakmarkun. Það getur líka verið að hann eigi erfitt með að fá barnapíu á kvöldin og komist þessvegna ekki í óperuna og þá er það félagsleg takmörkun. Eða þá að það er einfaldlega engin ópera nálægt honum og hann getur þá ekki farið þess vegna. Þetta er þá fjarlægðartakmörkun eða efnisleg takmörkun.

Alveg eins og dæmið um Japanana sem eru að kaupa Van Gough verkin og önnur málverk á háu verði, eru við ekki að velta fyrir okkur innan hagfræðinnar hvort Japananir séu með einhverja sérstaka þörf fyrir slík verk, heldur miklu frekar að reyna að skoða mismunandi aðstæður í Japan, til dæmis gagnvart takmörkunum, sem gera það að verkum að þeir vilja kaupa þessi verk á þessu háa verði eins og þeir hafa gert og borið það þá til dæmis saman við aðstæður í Bandaríkjunum eða í Evrópu. Það er greinilegt að þetta verð sem Japanarnir hafa greitt fyrir Van Gough verk myndi ekki líðast hjá fyrirtækjum í Evrópu eða Bandaríkjunum. Fleiri ástæður eru reyndar fyrir þessu, t.d. að þessir impressjónistar hafi meiri tengsl við klassíska japanska list og þannig skipti þetta meira máli fyrir Japani heldur en aðra. Þetta er dæmi um hvernig við reynum að líta á stöðu sem tengist listum og listgreinum, að reyna að átta okkur á eftirspurnarhliðinni en þá líka framboðshliðinni.

Við lítum sem sagt svo á að skilgreiningin á því hvað er list gerist af hálfu einstaklingsins en ekki af ytri aðstæðum eða listsérfræðingum. Og það sé ekkert til sem heitir góð eða slæm list í hagrænum skilningi. Þegar við tölum um breytingar í list yfir lengra tímabil og áherslubreytingar milli fólks erum við að tala um að takmarkanir breytast, þ.e.a.s. tekjutakmarkanir, tímatakmarkanir, félagslegar takmarkanir. Þetta er tímabundið ferli, dýnamískt ferli eða process. Og enn og aftur, að mismunandi stofnanalegar aðstæður hafa áhrif á takmarkanir einstaklinganna og þar með á skilgreininguna eins og til dæmis eftirspurnina eftir list eða menningu.

Þegar við skoðum eftirspurn eftir list notum við það grunnhugtak hagfræðinnar sem heitir greiðsluvilji. Eftirspurnin kemur fram í greiðsluvilja neytenda og við erum í sjálfu sér ekkert að bæta við einhverju listrænu við þann greiðsluvilja. Ef einstaklingur vill borga þrisvar sinnum meira til að fara í leikhús heldur en að sjá sama verk í kvikmyndahúsi er ekki þar með sagt að leikhúsverkið sé þrisvar sinnum “betra” heldur en kvikmyndin. Hér er einfaldlega verið að segja að einstaklingurinn sé með þennan greiðsluvilja og það er ekkert sem heitir gott eða slæmt í því mati.

Það að finna greiðsluvilja er mjög mikilvægt í hagkerfinu. Oftast kemur það fram í verðinu sem greitt er, en við vitum það að mismunurinn á því verði sem einstaklingur greiðir og því verði sem hann hefði verið reiðubúinn að greiða köllum við neytendaábata. Við reynum oft að finna greiðsluvilja í samfélagi til dæmis með könnunum. Það er líka gert á listasviðinu.

Greiðsluvilji er til dæmis mjög mikilvægt hugtak innan heilbrigðisþjónustunnar og finna út úr með greiðsluvilja með rannsóknum, til dæmis hvað fólk er reiðubúið að greiða fyrir uppskurði, bættu heilbrigðisþjónustu, lyf eða eitthvað fleira þess háttar. Sömu aðferðina er hægt að nota í þáttum sem snúa að menningu. Opinberir aðilar eru mjög stórir í því að verja fjármunum til menningar og lista. Við erum hér fyrst og fremst að ræða list og þá má segja að einstaklingurinn er ekki að láta sinn greiðsluvilja í ljós; hann hins vegar treystir einfaldlega opinberum yfirvöldum, til dæmis ríkisstjórn eða sveitarstjórn, til að ákveða hve miklu er varið til listrænna mála eða menningarmála. Þá má segja að það sé samkomulag að gera það með þessum hætti. Við þekkjum hins vegar líka að einstaklingar geta líka tekið þátt með beinum hætti í lýðræðislegum ákvörðunum eins og til dæmis með atkvæðagreiðslum eins og gert er í Sviss. Ef til vill verður meira um það í okkar samfélagi og á Vesturlöndum á næstu árum.

Hvað varðar framboð af list gerum við greinarmun á listamanninum sem er að framleiða og svo umgjörðinni eða stofnuninni þar sem listin er reidd fram, til dæmis leikhús eða tónlistarhús. Það er ekki lögverndað heiti að vera listamaður. Það getur í sjálfu sér hver og einn kallað sig listamann, en oftast liggur nú mikil menntun að baki hjá

þeim sem eru listamenn. Mjög sjaldgæft núorðið er að listamenn sem eru að ná góðum árangri hafi ekki góða menntun. Í hinu hagfræðilega sjónarmiði er hins vegar ekkert sérstaklega verið að velta því fyrir sér. Hins vegar er list ekki hvað síst hópvinna eins og að spila hljómlist eða leika vera í leikhúsi. Alls konar samtök eru starfandi meðal listamanna og stuðningur stjórnvalda er oft mikill.

Oft þykir erfitt fyrir nýja aðila að komast inn í rótgróið umhverfi. Við getum hér tekið dæmi með atvinnuleikhús, eins og Borgarleikhúsið, Þjóðleikhúsið og Leikhús Akureyrar, en smærri leikhópar hafa átt erfitt uppdráttar og þau meðal annars kvarta yfir því þau fái ekki sambærilegt fjármagn og þau stóru leikhús sem byggja á fornri frægð og hefð. Þetta er hefðbundið vandamál innan listageirans hér á landi og erlendis.

Gamalkunnugt viðhorf varðandi listamenn er að þeir séu fátækir. Þetta átti mikinn hljómgrunn, sérstaklega á tímum rómantísku stefnunnar sem var sterk í Þýskalandi á árum áður. Hins vegar hafa menn innan hagfræðinnar skoðað þetta fræðilega og hreinlega farið í gegnum efnahagslega stöðu listamanna og fundið út að það er alls ekki svo að allir listamenn séu fátækir. Van Gough og Gugauin og fleiri góðir málarar eru frekar undantekningar á þeim tíma. Margir góðir listamenn hafa einfaldlega verið með góð laun og eru með góð laun. Þeir sem unnu í opinberri vinnu hér áður, málarar eins og Rubens og Rembrandt og tónskáld eins og Mozart, Verdi, Beethoven og Wagner voru tiltölulega auðugir menn á þeim tíma. Sumir eyddu því í alls konar vitleysu eins og Rembrandt sem tapaði mikið á hlutabréfaviðskiptum og Mozart tapaði í fjárhættuspilum. Hann fékk góð laun á sínum tíma þótt margir haldi annað og vinsælt er í síðari tíma kvikmyndum að sýna listamenn sem eru að berjast úr mikilli fátækt til mikilla listrænna afreka. Raunveruleikinn er einfaldlega annar.

Oft er það þannig að innan listhagfræðinnar eða menningar hagfræðinnar er gerður greinarmunur á skapandi list, “performing art” eða sýnilist og svo menningarlegri arfleifð eins og til dæmis fornleifum og slíku. Menn eru ekki á eitt sáttir um þessar skilgreiningar á greiningu á list eða menningu. Þegar við skoðum annars vegar framboð og hins vegar eftirspurn erum við náttúrlega með hefðbundna stöðu, þ.e.a.s. annaðhvort jafnvægi, offramboð eða umframeftirspurn.

Ef við erum með offramboð af list, ef við tökum til dæmis með leikhús sem er með sárafáa áhorfendur, þá getur hagfræðin hjálpað okkur til við greiningu. Það er ekki bara svona einfalt að segja “það vantar eftirspurn” heldur geta ástæðurnar verið ýmsar. Afleiðingar þess eru einfaldlega tap og þetta framboð mun hætta, sem er ein lausn og þessi list verður einfaldlega ekki framleidd lengur. Önnur leið er að leikhúsið lækki kostnað sinn eða þá eftirspurn aukist og þá er hugsanlegt að það sé hægt að laga sig að breyttum aðstæðum og halda áfram starfsemi. Þriðja leiðin er að fá styrki annars staðar frá, þ.e. frá einkaaðilum eða opinberum aðilum. Þetta er náttúrlega algengt líka og við höfum dæmi þetta allt saman í okkar umhverfi.

Sama er uppi á teningunum ef við skoðum umfram eftirspurn eftir list. Þá er ekki til nægilegt framboð. Þetta gæti til dæmis verið ef kostnaður við uppfærslu er svo mikill að enginn treystir sér til þess, jafnvel þótt menn vildu gjarnan sjá verkið. Þá er það spurningin aftur um það hvort eftirspurnin nái yfir allan ávinninginn af þessari list. Hér erum við að ræða um það að það gæti verið skynsamlegt af opinberra hálfu að hjálpa til við að koma þessu framboði á, til dæmis stuðningi við leikhús eða símfóníuhljómsveit og þannig gera kleift að verkið sé leikið, einmitt út af hinum jákvæðu ytri áhrifum sem stuðla að aukinni velferð og bættum lífskjörum. Áhrif samgæða á listasviði sem að opinberir aðilar geta hjálpað til við aðframleiða eru mikil. Það eru margs konar verðmæti sem koma til og raunverulega er greiðsluviljinn hærri í samfélaginu en hann birtist hjá einstaklingunum.

Önnur ástæða fyrir því að framboð er ekki til staðar, er að það er einfaldlega bannað af pólitískum ástæðum. Þetta hefur oft verið gert í sögu mannsins, bæði leikverk, tónlist, bækur ekki hvað síst og þar með er framboðið ekki til staðar. Það þekkist hins vegar líka í listaheiminum og annars staðar að mæta ekki eftirspurn með fullu framboði þannig að maður hafi biðraðir og láti svartan markað myndast til dæmis með miða. Þetta er gert á listahátíðum eins og Salzburgar listahátíðinni, eins og hefur verið sýnt fram á með fræðigreinum. Þá eru menn að reyna að auka gæði eða álit á viðkomandi listasviði með því að hafa færri sýningar en ella og láta þannig skapast biðröð og þetta sé eftirsótt og umtalað. Þetta er ekki óalgengt aðferð í listaheiminum, þó að það megi

hins vegar deila um það hvort þetta sé rétta leiðin til að láta afkomuna vera sem bærilegasta.

Það má ekki heldur vanmeta það sem opinberir aðilar eiga hér mikinn hluta að máli, alls konar afstaða sem þar kemur fram, byggð á pólitískum viðhorfum, þannig að við fléttum þar inn í pólitíska hagfræði og greiningu á pólitískri hagfræði hvað eru viðhorf stjórnvalda hverju sinni og hvernig endurspeglast þau gagnvart stuðningi við einstaka listgrein. Það er stundum sagt að stjórnvöld geri meira fyrir eina grein en aðra, háð þá stuðningsmannahópi sínum. En það má ekki vanmeta það að einmitt með stuðningi stjórnvalda er verið að skilgreina hvað sé list og hvað sé vert stuðnings í samfélaginu, á meðan við í okkar greiningu látum það vera eftirlátið einstaklingnum sjálfum. Bil beggja í þessu er nú kannski besta raunin, vegna þess að greining á list er líka fagvinna. Upplýsingar og menntun er hér lykilatriði að skilningi eins og á öðrum sviðum.

3. Hagræn áhrif menningar á Íslandi

Leiðir til að efla hlut menningar í hagkerfinu hafa í för með sér hagvöxt mældan í aukinni verðmætasköpun eins og á við aðrar atvinnugreinar. Einnig hefur menning jákvæð áhrif í samfélagi manna, sem mælast ekki í hagvexti, en það er aukin vellíðan einstaklinga.

Menningarstofnun Sameinuðu þjóðanna (UNESCO) gaf árið 1986 út staðal fyrir hagtölur um menningu sem ýmis ríki leggja til grundvallar en þar eru tilgreindir níu flokkar menningar, þ.e. menjar, prentað efni og bókmenntir, tónlist, leiklist og tengdar listgreinar, hljóðvarp, sjónvarp, félagsleg og menningarleg starfsemi, íþróttir og útivist og málefni umhverfis og náttúru. Þetta er svipuð flokkun og er héraendis.

Úr ÁE (Tel Aviv-2003)

Við ætlum að lýsa hér hinu hagræna framlagi lítilla og meðalstórra fyrirtækja í menningarmálum í litlu samfélagi, en í alþjóðlegu samhengi. Við skilgreinum menningu sem hverja þá mannlegu hegðun, sem nær frá einni kynslóð til annarrar og sem lýsir, skapar, varðveitir eða miðlar tilfinningum eða umhverfi mannlegs samfélags. Þetta geta verið tungumál, trúarbrögð, hugmyndir, venjur, listir, íþróttir eða önnur tengd efni, sem eru hluti af menningarhagfræði.

Við lítum líka á menningu sem jákvæð ytri áhrif vegna þess að menning felur í sér fjölbreyttara samfélag og eykur möguleika á hamingjusamara lífi. Opinber stuðningur við menningu til að auka ytri jákvæð áhrif eru mjög árangursrík, en jákvæð ytri áhrif eru til dæmis menntun, sem að opinberir aðilar sjá ástæðu til að styðja vegna þeirra áhrifa sem þau hafa á verðmætasköpun í öðrum geirum. Sem dæmi um neikvæð ytri áhrif, þá er hægt að nefna mengun.

Ytri áhrif eru sérstaklega mikilvæg í samband við almannagæði, sameiginleg gæði eða samgæði, en munurinn á samgæðum og einkagæðum, er það að samgæði er ekki hægt að útiloka aðra frá notkun og þau rýra ekki möguleika annarra á að nýta þau sömu gæði. Landvarnir eru dæmi um samgæði. Vörur eru hið efnislega form menningar og gera menningu yfirleitt sýnilega. Það er hægt að líta á menningu sem samgæði, eins og til dæmis er í tilviki með fornminjar. Það er samt sem áður ekki hægt að láta allt í menningu falla undir hrein samgæði, vegna þess að margt innan menningar er einkavara, eins og til dæmis listsýningar eða tónleikar. Þá er hægt að útiloka aðra frá notkun. Í því tilviki er talað um samgæði að hluta.

Eitt af vandamálunum við það að finna verð á menningu er það að verðmæti þess er ekki alltaf ljóst og að hið fjárhagslega mat breytist frá einni kynslóð til annarrar. Það er líka vandamál hvernig á að flokka í hagkerfinu þætti, til dæmis eru ekki skýr skil á milli menningar og menntunar. Í hagtölum eru allir skólar, þar með taldir listaskólar, felldir undir menntun, þó að þeir séu eingöngu til menningarlegrar starfsemi.

UNESCO, menningarstofnun Sameinuðu þjóðanna, hefur skilgreint menningu í hagrænum skilningi og þar eru níu svið felld undir menningu, þ.e. minjar, til dæmis fornminjar, prentað mál eins og til dæmis bókmenntir, tónlist, hreyfilistgreinar, útvarp, sjónvarp, félagsleg

frumkvæði og framkvæmdir, íþróttir og leikir og umhverfi og náttúra. Það sést vel á þessu að hér er um að ræða nokkuð víða skilgreiningu, sem fellur þó vel undir hugtakið menningu, eins og við skiljum hana í daglegu máli.

Ísland, sem er dæmið í þessari skoðun á hagrænni stöðu menningar, hefur að mörgu leyti sérstöðu. Það eru fáir sem búa hér, tæplega 300.000 manns, en lífskjörin eru mjög góð, en árið 2002 var Ísland í 9. sæti af OECD ríkjum hvað varðar landsframleiðslu á mann á sambærilegu verðgildi, þ.e.a.s. jafnvirðismælikvarða, PPP, og sýnir það sterka stöðu Íslendinga hvað varðar lífskjör manna. Þið sjáið hér á þessari mynd hvernig einstakir þættir í menningu mælast í hagtölum.

Tafla 1

Hér er prentun og prentað mál með 1,53% framlag til landsframleiðslunnar. Næst koma listgreinar eins og leikhús og hljómsveitir og fleira þess háttar með 0,89%, síðan kemur útvarp og sjónvarp með 0,62%, íþróttir með 0,24%, trúmál með 0,24% og kvikmyndaiðnaðurinn með 0,16%. Samtals eru þetta 3,7% framlag menningarlegrar starfsemi til landsframleiðslu. Það er þó margt merkilegt í þessu eins og til dæmis að framleiðsla listamanna er frumframleiðsla, en hún getur endurtekið sig mörgum sinnum og framlagið verið margoft, áratugum seinna, jafnvel öldum seinna, til dæmis með sýningum, prentun og á annan hátt.

Ísland hefur býsna sterka stöðu á þessu sviði, til að mynda er bókaútgáfa hér á landi sú mesta á Norðurlöndunum og það er tvöfalt meiri sókn á listsýningar og söfn á íbúa heldur en er á öðrum Norðurlöndum. Netið, sem er mjög mikilvægur miðill fyrir dreifingu á menntun og verður væntanlega enn meiri í framtíðinni, er mjög útbreiddur hér á landi. Samanburður hefur sýnt að nettengingar hér og netnotkun er sú mesta af öllum Norðurlöndum, fyrir utan Finnland. Þó eru líka til tölur sem sýna að við erum í efsta sæti. Mér kæmi í sjálfu sér ekki á óvart miðað við umfang Netsins á síðustu misserum hér, að við séum í efsta sæti í heiminum. Næsta mynd sýnir framlag til

landsframleiðslunnar í nokkrum atvinnugreinum hér á landi og þar koma fram merkilegar tölur.

Mynd 1

Mannvirkjagerð ýmiss konar, eins og byggingariðnaður og fleira, er að skila 8,4% til landsframleiðslunnar, samgöngur og fjarskipti skila 8,3, útgerðin eða fiskveiðarnar eru að skila 6,9, síðan koma rafmagnsveitur, vatnsveitur og hitaveitur með 4,8, síðan kemur fiskiðnaðurinn með 4,6% framlag til landsframleiðslunnar, síðan kemur menningin með 3,7 og landbúnaðurinn rekur lestina með 1,9%. Þetta eru mjög athyglisverðar tölur og samanburður og kemur vafalítið mörgum á óvart að sjá að menningin er að skila tvöfalt meira til verðmætasköpunar hér á landi en landbúnaðurinn og menningin slagar hátt upp í alla fiskvinnsluna, sem er alltaf verið að tala um að allt snúist um og sé undirstaða samfélagsins hér.

Menningin er nefnilega með miklu stærri þátt í hagkerfinu og verðmætasköpun hér á landi heldur en fólki, og ekki síst þeim sem hafa starfað í menningargeiranum, hefur órað fyrir. Þessar sjö atvinnugreinar sem hér eru sýndar, eru með um 40% af landsframleiðslunni á Íslandi, þannig að hér er um að ræða stóran hlut af mikilvægustu atvinnugreinum landsmanna.

Flest af fyrirtækjum sem starfa í menningu á Íslandi eru lítil og meðalstór og af slíkum fyrirtækjum innan menningargeirans eru 79% sem eru með einn til fimm starfsmenn, 16% þeirra hafa 5-20 starfsmenn og 5% hafa meira en 20. Reyndar eru flest fyrirtæki á Íslandi lítil eða meðalstór, eða SME, eins og við köllum þau og höfum minnst hér á. Ég hef haldið mig við það að skilgreina fyrirtæki sem eru með færri en 20 starfsmenn sem lítið og meðalstórt fyrirtæki.

Starfsemi listamanna er mjög oft í mjög litlum einingum, auðvitað eru samt til stærri einingar og fyrirtæki eins og til dæmis í hljóðvarpi og sjónvarpi, sem tilheyrir jú menningu og líka innan prentunar og útgáfu. Menningargeirinn laðar til sín fjölmarga frumkvöðla og ný fyrirtæki og frumkvöðlastarfsemi er jú mjög algeng á Íslandi. Ef við skoðum aðeins betur fyrirtækin hér á landi og flokkum þau í fyrirtæki sem eru með 5-20

starfsmenn, þ.e.a.s. við erum þá ekki að líta á fyrirtæki með 1-2 eða 3 starfsmenn, og svo fyrirtæki sem eru með 20 starfsmenn eða fleira, þá er samkvæmt því í töflunni sem þið sjáið hér, menning með 77% af fyrirtækjunum falla í flokk hinna litlu og meðalstórru fyrirtækja.

Tafla 2

Í mannvirkjagerð eða byggingariðnaði eru langt flest fyrirtækin lítil eða meðalstór, þ.e.a.s. þar er hlutfallið 81% en síðan fer það lækkandi, í samgöngum og fjarskiptum er það 70%, í útgerð 75% og í fiskveiðum 53%. Einkenni íslensks atvinnulífs, eins og reynar víðast annars staðar, er að flest fyrirtæki eru lítil og meðalstór. Við höfum reyndar til þá skilgreiningu að segja að fyrirtæki með færri en 5 starfsmenn eru ekki í flokknum „lítil og meðalstór fyrirtæki“, heldur í flokknum “örsmá fyrirtæki”. Þetta er svipað og þegar Ísland er ekki flokkað til smárikja, heldur til örríkja, micro. Það er spurning hvort það ætti að gera þennan mismun í stærðarflokkum fyrirtækja að viðmiði, en það er gert í mörgum vísindagreinum á þessu sviði.

Þessar tölur sýna alla vega að lítil og meðalstór fyrirtæki eru mjög útbreidd í menningargeiranum og lítil og meðalstór fyrirtæki hafa þar sterka stöðu og hagkvæmni stæðarinnar, stæðarhagkvæmni, sem við þekkjum vel innan hagfræðinnar er ekki eins áberandi eins og í öðrum greinum. Það er þess vegna meðal annars sem það er mjög mikilvægt fyrir opinbera aðila að styðja við bakið á litlum og meðalstórum fyrirtækjum í menningargeiranum til að örva starfsemi sem þar á sér stað vegna hinna jákvæðu ytri áhrifa.

Mynd 2

Þessi mynd sýnir útgjöld almannavaldsins, þ.e. bæði ríkisvaldsins og sveitarfélaga til menningarmála hérlendis frá 1980-2000 á sambærilegu verðlagi, þ.e.a.s. á verðlagi ársins 2000. Jafnframt er á þessari mynd sýnd hlutdeild þessara útgjalda í heildarútgjöldum og hversu hátt hlutfall það er af vergri landsframleiðslu. Við sjáum hér að útgjöldin hafa aukist mjög mikið á þessum tuttugu árum; farið úr 5

milljörðum króna í 17 milljarða og það á sambærilegu verðlagi; þrefaldast yfir þetta tímabil og hlutdeildin í heildarútgjöldum fór úr 4,1% árið 1980 upp í 6% árið 2000. Þetta er stöðug aukning allan tímann.

Sem hlutdeild af landsframleiðslu er líka aukning, þ.e.a.s. úr 1,4% árið 1980 upp í 2,7% árið 2000. Það sem er líka merkilegt í þessu er, eins og rannsóknir mínar hafa sýnt, er að útgjöld sveitarfélaga til menningarmála eru mun hærri heldur en útgjöld ríkisvaldsins. Um það bil 60% af útgjöldum til menningarmála eru af hálfu sveitarfélaga en um 40% af hálfu ríkisins. Ef við skoðum eins og gert er á þessari mynd útgjöld hins opinbera til ýmissa málaflokka, þá sjáum við að heilbrigðismál fá 51 milljarð, menntun 39 milljarða, samgöngur fá 20 milljarða og síðan koma menningarmálin með 17 milljarða.

Mynd 3

Þetta er mjög hátt hlutfall og miklar fjárhæðir sem fara til menningarmála miðað við aðrar atvinnugreinar. Til samanburðar fá dómsmálin tæpa 10 milljarða, landbúnaðurinn 9 milljarða, húsnæðismál 6 milljarða og útgerðin fær tvo og hálfan milljarð. Þetta eru athyglisverðar tölur og þetta hlutfall hefur ekki verið að breytast mikið undanfarin ár. Opinber útgjöld til menningarmála eru þannig 1/3 af heilbrigðisútgjöldum, um það bil helmingur af útgjöldum til menntamála og álíka mikil og varið er til samgöngumála. Þetta eru athyglisverðar tölur.

4. Almennagæði

Mikilvægur þáttur í umræðu um menningu eru opinberar vörur eða almennagæði. Almennagæði eru ólíkar venjulegum vörum að því leiti að þær eru öðru vísi. Við hugsum oft ekki út í það að hér sé um vörur eða þjónustu að ræða þar sem við tengjum þær ekki svo eftirspurn og framboði og verði eins og við gerum með vörur sem við til dæmis getum keypt í verslunum.

Dæmið er sem er tekið um þetta efni er einmitt verslunarferð en til að það gangi sæmilega vel fyrir sig þurfum við að aka um götur á bílum eða ganga sjálf yfir götur og þá eru alls staðar umferðarljós, ekki til að tefja fyrir okkur heldur til að sjá til þess að umferðin gangi greiðar fyrir sig. Við sjáum hins vegar það aldrei gerast að í verslunarmiðstöðvum komi einhver og sé að leit að umferðarljósum. Umferðarljós eru almannagæði sem eru einfaldlega láttnar í té af opinberum aðilum og þannig viljum við hafa það.

Við þurfum bæði á einkavörum og almannagæðum eða opinberum vörum að halda. Eitt einkenni almannagæða er að það er ekki verslað með þau á hefðbundnum mörkuðum. Opinberar vörur eru ekki aðeins umferðarljós en nátengt því er hinn frægi viti sem er hið klassíska dæmi innan hagfræðinnar um vöru og þjónustu sem er ódýrast að látin sé í té af opinberum aðila. Menntun og menning telst einnig til slíkra almannagæða. Opinberir aðilar sjá víðast hvar fyrir menntun ungs fólks þótt það sé ekki algilt en mörg skólastig í flestum löndum einkennast af slíku. Ástæðan er m.a. sú að oft er erfitt að koma á venjubundnum markaði með slíkt. Sama á við menningu sem felst í margvíslegu framboði af vörum sem gildir oft það sama og umferðarljósið að oft hefur enginn einstaklingur áhuga og ávinning af því að bjóða þær fram.

Við viljum í þessu samhengi ekki aðeins hafa almannagæði sem viðfangsefni heldur færa umfjöllina yfir alþjóðleg almannagæði og það snertir menninguna verulega vegna alþjóðleika hennar. Alþjóðavæðingin og aukin verslun og samskipti milli landa hefur veruleg áhrif á almannagæði og þannig við tölum um alþjóðleg almannagæði.

Þegar við fjöllum um opinberar vörur tölum við um vörur sem ekki eru hefðbundnar á markaði. Þá erum við að nálgast ytri aðstæður og markaðsbresti.

Markaðsbrestir eru þegar ekki tekst með frjálsum markaði að ná fram hagkvæmustu ráðstöfun framleiðslupátta. Þá reynir á stjórnvöld að koma með stefnu og aðstoða markaðinn við að stuðla að þeirri niðurstöðu.

Ein af aðalástæðunum fyrir markaðsbrestum eru áhrif frá ytri aðstæðum. Með ytri aðstæðum er átt við áhrif sem tengjast óbeint viðkomandi markaði. Þetta geta verið jákvæð eða neikvæð áhrif. Dæmi um neikvæð áhrif ytri aðstæðna er mengun. Mengun verður til vegna aðgerða á markaði.

Dæmi um jákvæð áhrif af ytri aðstæðum er ný tækni. Með henni eykst þekking fólks á mörgum sviðum sem kemur sér vel. Þá vaknar spurningin hvort það eigi að styðja við bakið á slíkri starfsemi af hálfu stjórnvalda. Hér er menningin vitaskuld ofarlega á blaði

Stjórnvöld geta lagt á gjald við mengandi framleiðslu til að færa hana í rétta átt, þ.e. draga úr henni en láta að öðru leiti markaðinn um að leysa málið. Þetta er hin þekkta leið Pigou-skatta.

Ef skoðuð eru jákvæð áhrif ytri aðstæðna koma viðbótartekjur í samfélagið vegna tækniframfara. Ör þróun á ýmis konar sjálfvirkum búnaði eins og vélmennum leiðir til margs konar tækniframfara á öðrum sviðum.

Dæmi um jákvæð áhrif á neytendur er menntun. Eftirspurn neytenda er minni en heildareftirspurnin í samfélaginu vegna þess að samfélagið hagnast af aukinni menntun á mjög mörgum sviðum. Það getur þá komið fram í því að stjórnvöld kjósi að leggja til aukið fé í menntamál til að stuðla að þessum jákvæðu ytri áhrifum. Þetta er gert í okkar þjóðfélagi og öðrum.

Þótt ytri aðstæður leiði oft til þess að markaðurinn verður óhagkvæmur þá tekst stjórnvöldum ekki alltaf að leysa þau vandamál. Í mörgum tilvikum geta einstaklingarnir þróað lausnirnar. Stundum eru þessi vandamál leyst með siðareglum, t.d. að temja sér góða umgengni.

Oft er hægt að beita markaðsaðgerðum til að leysa vandamál ytri aðstæðna. Hversu árangursríkt markaðurinn og einstaklingsbundna lausnin eða einkavæðingin, fjallar um vandamál ytri aðstæðna er lýst af Coase. Coase telur að markaðurinn geti leyst mikið af þessum vandamálum við tiltekna aðstæður.

Það er merkileg niðurstaða í hugmyndafræði Coase að það skiptir ekki máli hvoru megin lagalegi rétturinn liggur. Báðir aðilar geta komist að niðurstöðu sem er hagkvæm, þrátt fyrir lög og reglur.

Nú er ekki hægt að nýta þessa hugsun við allar aðstæður, einfaldlega vegna þess að það fellur til kostnaður við að koma slíkum samningum á. þ.e. viðskiptakostnaður. Hér erum við vitaskuld komin yfir í kerfishagfræðina eða stofnanahagfræðina en menningin í ljósi hennar er orðin skemmilegt viðfangsefni í fræðunum.

Flestar vörur og þjónusta í okkar hagkerfi er verslað með á mörkuðum. Þar myndast verð, eftirspurn og framboð og hlutirnir ganga nokkuð reglubundið fyrir sig. Öðru máli gegnir þegar kemur að gæðum sem eru án markaðsverðs.

Við gerum tvíþættan greinarmun á vörum. Annars vegar hvort hægt sé að útiloka fólks frá því að njóta vörunnar og hins vegar hvort notkun vörunnar útiloki það að annar aðili getur notið hennar. Við flokkum vörur og þjónustu, gæði, í 4 flokka eftir því hvort hægt sé að útiloka aðra og hvort notkunin leiði til minni nota annarra. Við skoðum töflu.

	Hindra notkun annarra (rivalrous)	Hindrar ekki notkun annarra (nonrivalrous)
Útilokar aðra frá notkun (excludable)	Einkavörur (private goods) -Föt, ís	Nátúruleg einokun -Kapalkerfi, “klúbbvörur” (ekki hindruð notkun annarra innan “klúbbsins”)
Útilokar aðra ekki frá notkun (nonexcludable)	Sameignlegar auðlindir -Fiskur í sjó, umhverfið	Hrein almannagæði -Landvarnir, mennig

Í fyrsta flokki eru venjulegar venjulegar vörur er bæði hægt að útiloka fólk frá notkun og hindra aðra að njóta þeirra. Tökum dæmi um ís. Það er hægt að útiloka aðra frá því að njóta íssins með því að láta það ekki hafa hann. Einnig borða ekki tveir aðilar sama ísinn. Flestar vörur eru með þessum einkennum í hagkerfinu.

Annar flokkur gæða er þannig að hægt er að útiloka aðra frá því að njóta hennar en þó ekki þannig að það minnki notagildið fyrir aðra. Við getum tekið sem dæmi kapalkerfi eða slökkvilið. Slökkvilið getur látið það eiga sig að slökkva eldinn í húsi ykkar. Aðrir geta einnig notið góðs af starfi slökkviliðs, þ.e. það kostar eiginlega ekkert til viðbótar að taka fleiri inn á varnarsvæði viðkomandi slökkviliðs.

Þriðji flokkurinn er sameiginlegar auðlindir (common resources), t.d. fiskurinn í sjónum. Ef einhver veiðir fisk þá eru færri fiskar eftir fyrir aðra. Samt er ekki hægt að útiloka aðra frá því að fara á veiðar og veiða fisk nema með tiltölulega flóknu stjórnkerfi.

Fjórði flokkurinn eru almannagæði sem eru þannig að það er ekki hægt að útiloka aðra frá því að njóta þeirra. Notkun almannagæða þýðir ekki að aðrir geti ekki notið þessara gæða. Varnarstarfsemi er

dæmi um almannagæði, þ.e. það er ekki hægt að útiloka einstaka þjóðfélagsþegna frá kostum þess að njóta landvarna. Ef landið er varið njóta allir þegnar þess. Ef landvörnum sé haldið uppi njóta þess allir án þess að minnka notagildi annarra.

Dæmi um almannagæði er barátta gegn fátækt vegna þess að ef við minnkum fátækt með sameiginlegum aðgerðum, t.d. með því að leggja á skatta gerum við því fólki vel sem var fátækt. Því líður betur og hefur efnahagslega betri stöðu en áður. Aðrir sem hafa lagt sitt af mörkum líður einnig betur vegna þess að þeir búa þá í samfélagi þar sem minni fátækt ríkir. Almennt má segja að markmið hjá fólki sé að stuðla frekar að slíku þjóðfélagi þó það vilji ekki leggja nema tiltekið framlag til þessa verkefnis.

Megineinkenni almannagæða eru tvenns konar, annars vegar að ekki er hægt að útiloka aðra frá notkun (nonexcludable) og hins vegar að notkun þeirra leiðir ekki til minni nota annarra (nonrivalrous). Umferðaljósinn er ágætt dæmi um það. Notkun eins á umferðarljósum hindrar ekki annan að nota sömu ljós og ekki er heldur hægt að útiloka aðila frá því að nota umferðarljós séu þau á annað borð til staðar. Alla vega myndir það kostar óheyrilega mikið að koma í veg fyrir notkun annarra.

Hér þarf að gera greinarmun á ljósunum sjálfum sem eru reyndar líka einkavara og til hvers þau eru notuð, þ.e. sem tiltekið kerfi í umferðinni. Þetta kerfi umferðaljósa með regluverki, leiðbeiningum, refsingum eru allmannagæði. Annað dæmi um hreinræktuð lamannagæði er friður. Friður nýtist öllum þar sem hvorki er hægt að útiloka einn frá notkun né kemur notkun eins í veg fyrir að aðrir nýti sér kosti friðarins.

Þótt hreinræktuð almannagæði séu til eins og umferðaljós og friður þá er algengari að við séum með gæði þar sem mörkin eru ekki jafn skýr. Dæmi er um að borða heilsufæði sem er að langmestu leiti einkavara en neysla á slíku hefur þó líka í för með sér jákvæð

áhrif fyrir samfélagið allt, þ.e. betri heilsu sem kemur fram í minni læknskostnaði.

Við lítum svo á að almannagæði, einkum hrein almannagæði, séu dæmi um jákvæð ytri áhrif (positives externalities). Með þessu erum við komin með umgjörð eða líkan (framework) fyrir skoðun okkar. Við höfum skilgreint menningu og lýst ytri áhrifum og einkum staðnæmst við jákvæð ytri áhrif og við höfum séð mun á vörum og þjónustu eftir því hvort notkun þeirra útlókar aðra eða ekki og hvort notkun þeirra leiðir til að notkun annarra sé takmörkuð. Þetta hefur leitt okkur til skilgreiningar á einkavöru, almannagæðum og sameiginlegum auðlindum sem öll eru í mismunandi flokki.

Almannagæði hafa það að markmiði að bæta umhverfið og lífskjör fólks enda eru þau framleitt af almannavaldinu sem oftast er lýðræðiskjorið stjórnvald. Þetta er ekkert annað en framleiðsla á vörum og þjónustu af hálfu almannavaldsins sem hefur í för með sér jákvæð ytri áhrif, þ.e. leiðir til bóta ekki einungis gagnvart þeim sem verður beint fyrir gerningnum heldur einnig öðrum. Menningin fellur vel í þennan flokk.

Þetta breytir því ekki að vitaskuld þarf að forgangsraða af hálfu einhvers við slíkar vörur. Dæmið um hvort byggja eigi bóksafn eða sundlaug lýsir því vel en hvoru tveggja eru almannagæði en matsatriði hvort eigi að koma á undan.

Sérstaða almannagæða er slík að þar sem ekki er hægt að versla með vöruna eða notkun þeirra, sbr. umferðaljósinn, á markaði að við tölum um markaðsbresti. Markaðsbrestir eru þegar markaðurinn leysir ekki ójafnvægi í framboði og eftirspurn í gegnum verðið. Þetta færir okkur yfir í hinar fjölmörgu ákvarðanir sem gerast milli skipulagsheilda og innan skipulagsheildar sem er grunnurinn í kerfishagfræðinni, nákvæmlega eins og Coase lýsti þessu á sínum tíma. Ástæðan fyrir þessu er að einstaklingurinn reynir að hámarka

nytjar sínar en ákvörðun heildarinnar, t.d. þjóðar eða sveitarfélags fyrir hönd íbúanna, er ekki hagkvæmust.

Tvenns konar staðreyndir skýra þessa óhagkvæmni. Annars vegar er um að ræða laumufarþega eða free-riders, sem nota sér þjónustu án þess að greiða fyrir hana. Markaðir eru besta leiðin til að dreifa einkavörum á hagkvæman hátt og ráðstafa takmörkuðum framleiðsluþáttum hagkvæmt. Laumufarþegar vinna gegn slíku og þegar hver hugsar um sig, sem er ekki óeðlilegt, getur það hæglega komið niður á öðrum jafnvel náttúruauðlindum eins og dæmi um ofveiði sýnir ágætlega. Ef að niðurstaða okkar er sú að við almannagæði henti markaðurinn ekki alltaf erum við komin yfir í að nota aðrar aðferðir til að ráðstafa takmörkuðum framleiðsluþáttum og við gerum það með samningum samvinnu og samtölum einsog við þekkjum innan kerfishagfræðinnar.

Þessi samvinna er hins vegar ekki alltaf auðveld eins og aðferðafræðin um fangana tvo í Vandamáli fangans sýnir. Þið þekkið vel þá stöðu um fangann sem verður að geta sér til um hvað hinn fanginn gerir og niðurstaðan er sú að báðir játa og þeir fá báðir þungan fangelsisdóm en þeir hefðu slooppið miklu betur ef þeir hefðu getað haft samráð sín á milli sem ekki voru aðstæður til. Þessi hugsun skýrir vel vígbúðarkapphlaup stórveldanna á sínum tíma og hér um við að tengjast hinni skemmtilegu leikjafræði sem er eitt öflugasta verkfærið í núíma hagfræði.

Lausnin á þessu felst í því að búa til kerfi sem hjálpar til, t.d. með því að hafa skýr ákvæði um eignarétt en ég held að Þráinn Eggertsson muni fjalla um það hér síðar í þessu námskeiði.

Almanangæði geta bæði verið góð eins og menning eða til ills eins og mengun og alþjóðlegt yfirbragð þeirra gæða verður sífellt meira. Hér verður einnig að skilgreina hvað er átt við með almenningi í orðinu almannagæði. Stéttaskiptingin í heiminum gerir það að verkum að framboð af almanangæðum nýtist einungis

fáum útvöldum í mjög mörgum löndum. Þetta er mikilvæg aðgreining í því sem snýr að menningu af því að hún endurspeglar mikil verðmæti fyrir hvern einstakling og þess vegna er mjög mikilvægt að aðgangur sem flestra í einstökum samfélögum sé óhindraður að slíkri vöru. Annars væri einfaldlega um einkavöru að ræða, þ.e. vöru sem væri í flokki með náttúrulegri einokun i töflunni okkar áður, vegna þess að það væri í reynd aðeins fámennur klúbbur sem nýti góðs af almannagæðum á sviði menningar.

5. Alþjóðvæðing menningar

Útbreiðsla menningar er hvað sýnilegustu áhrif hnattvæðingarnar. Það eru þrír skólar eða sjónarhorn uppi hvað varðar alþjóðavæðingu eða hvattvæðingu menningar. Það er í fyrsta lagi þeir sem telja alþjóðvæðinguna endurspegla fyrst og fremst útbreiðslu vestrænna gilda. Í öðru lagi að hnattvæðingin leiði til samstöðu afmarkaðra landssvæða og ríkja þar sem hver hugsar um sitt, m.a. á sviði menningar og í þriðja lagi að hnattvæðingin leiði til þess að allt blandist saman og breytingar verði miklar og óljóst sé í hvaða átt þær fara.

Það er ljóst af þessari mismunandi sýn stjórn málafræðinga og hagfræðinga að áhrifin eru ólík og hér er engin ein lína sú eina rétta. Menn eru einfaldlega í vísindaheiminum enn að glíma við að fella áhrif alþjóðvæðingar m.a. á menningarsviðinu, í umgjörð vísindalegra athugana og af því áhrifin eru enn svo óljós er eðlilegt að það séu skiptar skoðanir um efnið.

Aðferðafræðin til að nálgast efnið gerir hér ráð fyrir greiningu á fimm staðreyndum.

Í fyrsta lagi að alþjóðavæðing menningar og þar með áhrif á hagkerfið eigi sér mjög djúpar sögulegar rætur. Þetta er ekkert sem var að byrja á þessari eða síðustu öld.

Í öðru lagi hefur þróunin frá miðri 18.öld verið á grunni þjóðríkja og einkennst af vestrænni hugsun og áhrifum.

Í þriðja lagi hafa framfarir á menningarsviði verið að langmestu leyti síðustu 200 árin innan landmæra einstakra þjóðríkja.

Í fjórða lagi hafa framfarir í tækni breytt þessari mynd verulega og leitt til mun meiri útbreiðslu en áður.

Í fimmta lagi hefur fjölbreytnin orðið svo mikil að mjög erfitt er að henda reiður á því hvernig sé háttað uppruna einstakra strauma.

Alþjóðavæðing menningar einkennist af engu öðru en flæði, þ.e. brúa bil í rúmi og tíma og er lýst með magni af umfangi flæðisins. Það eru bækur, lög, trúarbrögð eða leikrit að fara á milli og umfang þess er misjafnt. Kerfið sem sér um útbreiðslu þeirra er nátengt stofnunum því oft er um almannagæði að ræða sem eru boðin fram af opinberri hálfu.

Hér fellur fyrri rammi okkar ágætlega inn í þar sem við settum skilyrði fyrir því hvenær vara væri alþjóðleg almannagæði. Það þarf að hafa skýrt í huga að það er síður en svo alltaf opinberir aðilar sem framleiða menningu heldur mjög oft einkaaðilar t.d. í kvikmyndum, tónlist etc.

Við snúum okkur núna að alþjóðavæðingu sem er mjög mikilvægur þáttur í tengslum við menningu. Alþjóðavæðingu menningar er hægt að lýsa sem flæði sem markast af umfangi. Menningarleg áhrif hafa flætt um heiminn allt frá því að maðurinn fór að búa í skipulögðum samfélögum, bókmenntir, tónlist, listgreinar, lög og heimspeki; allt saman þættir í menningu, hafa flætt um heiminn og kerfið sem stuðlar að þessu flæði hefur oft verið í opinberri eigu. Ekki alltaf, en það er þó eitthvert kerfi sem gerir það að verkum að hlutir geta flætt, til dæmis vegir, samgöngur, hafnir, rafmagn eða Netið nú orðið. Markmið opinberra aðila vegna hlutverks almannavaldsins er að betrubæta þjóðfélögin á þann hátt að umhverfið sé lífvænlegra og lífskjörin efla.

Það eru oftast opinber yfirvöld – og venjulegast eru þau lýðræðislega valin eins og hjá okkur, sem er þó ekki viðurkennd regla

almennt í heiminum þótt flestir telji það æskilegt - sem framleiða þessi almannagæði. Framleiðsla almannagæða, eins og við höfum nefnt áður, af hálfu opinberra aðila, koma síðan fram með jákvæðum ytri áhrifum, sem að bætir lífskjör þegnanna. Þess vegna eru opinberir aðilar, sem eru jú ekkert annað heldur en framlenging af valdi fólksins. Kjörnir fulltrúar eru ekkert annað en fulltrúar almennings. Það er jú þannig sem lýðræðið er skipulagt. Það er því þannig mjög eðlilegt að opinberir aðilar reyni að stuðla að eflingu samgæða, sem hafa jákvæð ytri áhrif, eins og til dæmis menning eða menntun, svo dæmi séu tekin. Menning fellur afskaplega vel inn í þessar skilgreiningar.

Við tölum um markaðsbresti í frjálssu hagkerfi þar sem ekki tekst að láta markaðinn ná fram hagkvæmri nýtingu á framleiðsluþáttum, þ.e.a.s. með því að láta framboð og eftirspurn leika um viðkomandi vöru eða framleiðslu. Það sem getur gerst eru áhrif frá þriðja aðila eins og til dæmis mengun, þar sem opinberir aðilar geta gripið inn í, til dæmis með gjaldtöku til þess að stuðla að ná fram hagkvæmari nýtingu framleiðsluþátta. Þetta höfum við allt farið í áður, en við erum hér að fella þessi hagrænu tæki og hagfræðilegu aðferðir inn í svið menningar og sem hluta af menningarhagfræði.

Það er líka hægt að fara skrefinu lengra, sem er mjög skemmtileg nálgun, þ.e.a.s. að skoða þær stofnanir og þær reglur sem þar ríkja, bæði formlegar og óformlegar. Til dæmis falla listamenn mjög vel að nýju stofnanahagfræðinni eða kerfishagfræðinni. Þetta er svið sem ekki hefur verið skoðað mjög mikið. Ég hef aðeins verið að afla mér upplýsinga um það, en ég sé að þarna er mjög skemmtilegt rannsóknarsvið í framtíðinni og einhverjir munu vinna að því að fella aðferðarfræði kerfishagfræðinnar að menningarhagfræðinni og nota það sem skýringar og lýsingar á þeim þáttum sem þar eru að eiga sér stað.

Það er mikið að breytast með alþjóðavæðingu, en það er líka mjög margt sem er að breytast í umhverfinu. Ég man ekki hvort við vorum búin að draga upp áður þá staðreynd að það eru 6 milljarðar manna sem búa núna á jörðinni og það er áætlað að þeir verði 8 milljarðar eftir 20 - 25 ár. Það voru 1,3 milljarðar sem bjuggu á jörðinni um aldamótin 1900. Langafar ykkar voru kannski að fæðast um það leyti. Það er talið að segja að á dögum Krists hafi jarðarbúar verið um 300 milljónir.

Aukningin hefur verið gífurlega mikil síðustu árin og ójöfnuðurinn í heiminum er einnig einstaklega mikill.

Það er talið að af þessum 6 milljörðum, þá séu 1,2 milljarðar sem hafa ekki úr meiru að spila en einum dollara á dag. Það eru meira að segja til tölur um það að helmingur jarðarbúa, 3 milljarðar, hafi ekki meira milli handanna en sem nemur 2 dollurum á dag. Og 2 dollarar á dag eru eitthvað um 150 krónur. Ég sæi ykkur í anda vera að reyna að komast af með 5.000 krónur á mánuði til að lifa af. Jafnvel þótt við tvöfölduðum það og segðum að þetta væru um 10 þúsund krónur, er ég ansi hræddur um að þið mynduð nú ekki ná endum saman. Þið mynduð hungra beinlínis við það að reyna að lifa af í samfélagi, ég tala nú ekki um okkar samfélagi, heldur í samfélagi sem væri ódýrara að lifa í en okkar. Þetta er staðan í heiminum, þetta er svona.

Það eru líka fleiri svona óhugnanlegar stærðir til, sem hafa verið birtar á alþjóða vettvangi, eins og til að mynda að það er metið af stofnunum Sameinuðu þjóðanna að árið 1999, þ.e.a.s. fyrir fjórum árum, hafi 10 milljónir barna dáið úr sjúkdómum sem hefði mátt koma í veg fyrir, en var ekki gert. Það er líka mikil tekjudreifing, eins og við höfum séð áður, að 40% af íbúum heimsins eru með þjóðarframléiðslu aðeins upp á 2000 dollara á mann, en ríku ríkin eins og við, eru með um 27 þúsund upp í 30 þúsund dollara á mann. Þetta er efni sem við höfum skoðað áður, en mikilvægt er að setja í samhengi við menningu.

Hvað varðar alþjóðavæðinguna og áhrif hennar á allt umhverfið, þá eru mjög margir kostir sem fylgja menningunni. Það eru til dæmis stærri markaðir og lægri viðskiptakostnaður. Það er miklu hraðari dreifing á þekkingu og meiri tækifæri og aukin sjálfsmynd fólks og þjóðarbrotá. Þetta allt getur hjálpað og kannski eina leiðin að mínu mati og fleiri til að stuðla að friði í heiminum. Það eru ekkert allir sem telja að alþjóðavæðingin hafi í för með sér slíka kosti. Þið sjáið mikil og hörð mótmæli þegar Alþjóða viðskiptastofnunin heldur fundi; fólk er að berjast gegn alþjóðavæðingunni sem það telur marga ókosti fylgja, til dæmis að það sé fyrst og fremst frelsi fjármagnsins sem hér sé á ferðinni sem taki ekki tillit til takmarkaðra auðlinda í heiminum, að þær verði ofnýttar og nýttar illa; ekki sé tekið tillit til menningarlegrar sérstöðu og það sé á allan hátt varhugaverð sú þróun sem þar er að eiga sér stað.

Hvort þessi mótmæli gegn alþjóðavæðingu sem sumir, að vísu ekki margir, vísindamenn hafa tekið undir, sé að leysa úr læðingi einhvers konar fjöldahreyfingu í hinum vestræna heimi – því þetta eru fyrst og fremst mótmæli í hinum vestræna heimi – sem væri til dæmis sambærileg við það sem gerðist 1968 þegar unga kynslóðin ruddi í burtu gömlu gildum þá ríkjandi stéttar. Það er nú ekki svo langt síðan, 30-35 ár síðan og ég er nú einn af þeim sem eru af þessari kynslóð og þekki afskaplega vel þessa þróun, takandi þátt í mótmælaaðgerðum í Þýskalandi á þessum árum og hér heima líka, eins og fjölmargir aðrir af minni kynslóð. Hvort að hér sé í mótmælum gegn alþjóðavæðingu eitthvað slíkt á ferðinni, það er ekki gott að segja. Það bendir ekki mikið til að svo sé, en ég vil alls ekki útiloka að svo geti verið.

Það er hins vegar mjög mikilvægt að sjá það og skilja að menning er mjög gildishlaðið hugtak gagnvart einstaklingum og það er mjög mikilvægt að allir í sérhverju samfélagi og öllum samfélögum eigi kost á því að njóta menningar, og hafi aðgang að allri þeirri menningu. Það eru ekki bara listir sem við erum hér að ræða um – hugtakið menning er miklu stærra hugtak og það að allir verða að hafa aðgang að þessu. Við vitum að það er oft vandamál með samgæði, að það eru ýmsir sem njóta menningarinnar og eru umvafðir menningunni án þess að leggja nokkuð til hennar, þ.e.a.s. hið klassíska vandamál laumufarþegans, eða free rider. Þrátt fyrir að við vitum af þessu vandamáli viljum við tryggja aðkomu allra að menningu og menningarlegum viðburðum. Annars værum við í reynd að skapa einokun og menningin væri eingöngu hjá yfirstétt og lokuðum klúbbi, sem er jú lýsing á einokun í okkar fræðum.

Jafnræði er mjög mikilvægt hugtak í sambandi við menningarlega viðburði. Þegar við tölum um alþjóðleg samgæði eins og menning er og menningarlega viðburðir erum við ekki einungis að tala um að þetta verði að ná til allra einstaklinga í samfélögum heldur einnig að það þurfi að ná til sem allra flestra þjóða. Menning er ekki einangrað fyrirbæri einstakra þjóða, heldur þarf hún að ná til allra þjóða.

Þriðja krafa sem gerð er í þessu sambandi er að menning og menningarlegir viðburðir verða að mæta þörfum nútíma kynslóðar, eða kynslóðarinnar sem við erum af, án þess að skerða þarfir og möguleika komandi kynslóða. Hér er ekkert annað en lögmálið um sjálfbærni, sem

er yfirfært yfir á menningu. Mikilvægi þess sést meðal annars í því í alþjóðlega samhengi, að alþjóðavæðing er einmitt talin vera ógnun við menningarlega fjölbreytni og þar með möguleika komandi kynslóða. Oft er einmitt talað um að alþjóðavæðingin láti menningarleg sérkenni hverfa, sem þýðir þá að komandi kynslóðir hafa ekki aðgang að því, en með því að yfirfæra kröfuna um sjálfbærni í þetta menningarlega umhverfi og alþjóðleg samgæði komum við í veg fyrir þetta.

Við sjáum hér á þessari mynd betur hvernig þetta er hugsað og að menning eigi að vera hér í norðaustur horninu, þ.e.a.s. í efra horninu til hægri á þessum þremur myndum, sem eru að lýsa einstaklingum, þjóðum og kynslóðum.

Mynd 4

Hver hins vegar sér um framboðið af menningu eða menningarlegum viðburðum, opinberir aðilar, einkaaðilar eða aðrir er hins vegar pólitísk spurning sem við hættum okkur ekki út í hér. Þetta er samt sem áður hið klassíska verkefni hagfræðinnar, það er að lýsa hver framleiðir hvað fyrir hvern. Þið munið eftir að þetta er einmitt það sem við sögðum að hagfræðin gerði. Ef við spyrjum þessarar spurningar í menningunni, þá fáum við einmitt svarið þar í þeim efnum.

Það eru til leiðir til að auka við menningarstarfsemi og menningu í samfélagi og þá sérstaklega hjá litlum og meðalstórum fyrirtækjum. Til dæmis er hægt að gera ýmislegt í skólamállum, sem er sérstaklega mikilvægt hvað varðar listgreinar. Áhrifin af þessu eru tvenns konar. Í fyrra lagi eykur aukin listfræðsla og listmenntun í skólum þekkingu á menningu meðal almennings og í öðru lagi að víkkar hún út og dýpkar áhuga ungs fólks sem á eftir að leggja þetta fyrir sig sem fag, hvort sem er á sviði lista eða á annan hátt til starfa innan menningargeirans. Eins og við sáum þá er menningargeirinn gífurlega stór og skólakerfi er jú mjög mikilvægt í því að tryggja jafnræði og það að geta tryggt afkomu ungs fólks með mismunandi efnahagslegan bakgrunn og tryggt jafnræði hvað varðar menningu og menningarlega starfsemi og gefið þeim sömu tækifæri, til dæmis á sviði lista, sem er mjög mikilvægt í hverju

samfélagi. Þetta skiptir mjög miklu máli þegar menn ræða um menningu og er ekki gefinn nægilegur gaumur að.

Það eru til lönd sem reyna sérstaklega að auka menningu í samfélögum sínum, menningarviðburði, með sérstökum aðgerðum. Það eru líka til af opinberra hálfu sérstök stuðningskerfi eða styrktarkerfi til að auka menningarleg umsvif. Það er hægt að gera í gegnum sjóði eða þess háttar. Það er líka hægt að gera með því að heimila sérstakan frádrátt af tekjum ef fyrirtæki leggja til dæmis til menningar eða vísinda, þá verði þeim heimilt að draga frá það framlag með tilteknu álagi.

Tafla 3

Við getum séð þetta hér í töflu þar sem við sjáum að ef fyrirtæki leggur til menningarmála eitt þúsund krónur þyrfti það að borga 6.300 krónur í skatt ef skattskyldar tekjur hafa verið 10.000. Við sjáum hins vegar að ef við heimilum að taka 2000 krónur frá, þ.e.a.s. að hafa álagið tvöfalt, þá ætti fyrirtækið 6.600 krónur eftir og væri að greiða 2.400 krónur í skatt. Þetta myndi þýða ef lögleitt yrði, að það yrði mikill áhugi af hálfu fyrirtækja að leggja svona málefnum lið, vegna þess að þau myndu minnka skattbyrði sína. Þetta myndi skapa brú frá fyrirtækjum til menningarstarfsemi margs konar. Þessi hugmynd hefur lengi verið rædd hér á landi en því miður ekki komist í framkvæmd.

Hægt er að hugsa sér aðra hugmynd sem tengist skattamálum, eins og að hafa lægri launaskatta á litlum og meðalstórum fyrirtækjum, til dæmis fyrstu árin sem þau eru að starfa. Það er hins vegar áberandi að víða erlendis er af opinberu hálfu farið meira í samkeppni milli til dæmis listamanna, sem kemur þá fram í því að opinberir aðilar kaupa á markaði eða standa fyrir samkeppnum sem listamenn taka þátt í. Dæmi um það er að opinberir aðilar eru með 43% markaðshlutdeild af listaverkamarkaðinum í Hollandi, sem sýnir með hvaða hætti opinberir aðilar geta komið virkir inn í markaði, án þess að vera að styðja það að öðru leyti en því að kaupa vörurnar og fá á samkeppnisgrunn.

Það er líka athyglisvert að fylgjast með breytingum sem hafa orðið á menningarpólitík í Evrópu, en þar er frekar verið að fara svona skattaleiðir ýmis konar til stuðnings við tæknilega hluti og hjálpa til með

góðu regluverki í sambandi við einkarétt, því auðvitað skiptir það líka máli. Þetta hefur svo komið í staðinn fyrir beina styrki, sem áður voru algengir. Það er meira verið nú að láta styrki byggjast á gæðum heldur en í ýmsum félagslegum sjónarmiðum eins og áður var algengara. Þó verður vart þeirrar þróunar erlendis og hér líka, að byggðamál skipta meira máli og við sjáum það til dæmis á þeirri stefnu hér á landi að byggja menningarhús víða á landsbyggðinni.

Fleiri aðferðir er hægt að hugsa sér til að styrkja menningarlega starfsemi, til dæmis það að hafa menningarmál í sérstöku ráðuneyti. Núna er menningarmáladeild í Menntamálaráðuneytinu tiltölulega lítil deild, en það að hafa sérstakt menningarráðuneyti hefur víða verið gert, til dæmis á öðrum Norðurlöndum og í Frakklandi með mjög góðum árangri. Þetta ráðuneyti yrði alls ekki minnsta ráðuneytið og vitaskuld ekki það stærsta, en þetta ráðuneyti yrði stærra en iðnaðar- og viðskiptaráðuneyti, umhverfissráðuneytið og jafnaðist á við mörg ráðuneyti sem nú eru starfandi.

Það mætti líkja þessu við þegar umhverfissráðuneytið var sett á laggirnar á sínum tíma. Það var gert vegna þess að verið var að lýsa ákveðinni pólitískri afstöðu með því og gera þessum málum hærra undir höfði. Að mínu mati væri skynsamlegt að gera það sama hvað varðar menningu, að búa til um hana stjórnarsýslulega sterkari umgjörð, sem hægt væri að gera með þessum hætti. Þessi hugmynd hefur svosem líka verið lögð fram hér á landi, en ekki náð fram að ganga.

Það er athyglisvert að skoða fleiri aðgerðir. Írar hafa til dæmis styrkt kvikmyndaiðnað sinn mjög vel með alls konar almennum aðgerðum og sértækum aðgerðum, enda er mikil gróska í írskum kvikmyndaiðnaði. Það hefur verið gert aðeins hér á landi gagnvart kvikmyndaiðnaði sem er sennilega það tækifæri í menningarframleiðslu sem er hvað best hér á landi og við höfum náð verulegum árangri.

Það er til merkileg rannsókn sem var gerð fyrir nokkrum árum sem sýndi það að það voru mjög margir ferðamenn sem ákváðu ferð til Íslands eftir að hafa séð annaðhvort kvikmynd eða annað efni í sjónvarpi eða kvikmyndahúsum frá Íslandi. Við gátum sem sagt fundið út hvað þetta væru margir ferðamenn og stór hluti af þeim erlendu ferðamönnum ákváðu beinlínis að koma til Íslands vegna þessara áhrifa. Menn gátu

síðan reiknað út hvað þessir ferðamenn eyddu að meðaltali hér á landinu og þá líka hvað mikið þeir skiluðu til hins opinbera, til dæmis í formi virðisaukaskatts. Það var merkileg niðurstaða að þessir ferðamenn skiluðu mun meira í ríkissjóð heldur en sem nam öllum stuðningi ríkisins til Kvikmyndasjóðs. Þannig að það hefur verið afskaplega góð fjárfesting að auka fé í Kvikmyndasjóð, vegna þess að það var að skila sér margfalt aftur til baka. Merkilegur reikningur, sem ekki hefur fengið þann hljómgrunn sem hann á skilið. Auðvitað ákveðið þið líka ferðir m.a. vegna áhrifa sem þið verðið, til dæmis út frá kvikmyndum eða einhverju öðru, þannig að það getur margborgað sig að fjárfesta í að laða ykkur að sem ferðamenn með svona óbeinum hætti eins og kvikmyndagerð er.

Það er líka hægt að hugsa sér það að það sé gert sérstakt átak á vegum Útflutningsráðs eða annarra slíkra aðila á menningarsviði. Það hafa náttúrliga farið afurðir frá Íslandi til útlanda með skipulögðum hætti, en oftast bara á vegum einstaklinga, Smekkleysa til dæmis, sem er það útgáfufyrirtæki í tónlist sem hefur náð hvað bestum árangri. Það voru þeir sem markaðsettu Björk á sínum tíma erlendis og árangurinn þekkja menn allir. Björk er sá Íslendingur sem líklega er að skila, hvað mestu í íslenskt þjóðarbú vegna hinna óbeinu áhrifa, til dæmis ferðamanna. Þannig að það er mjög margt á menningarsviðinu sem getur haft bein fjárhagsleg áhrif, fyrir utan ánægju og óreiknanlegu velferð sem menning skapar í sérhverju samfélagi.

Mynd 5

Þessi mynd sýnir útgjöld ríkisvaldsins til menningarmála fyrir 17 OECD ríki. Þetta er byggt á tölum Alþjóðabankans og Alþjóðagjaldeyrissjóðsins og hér koma merkilegar niðurstöður í ljós. Ísland er efst og er að verja 4,1% af útgjöldum ríkisins til menningarmála og við erum langefst og erum tvöfalt hærri en Danmörk. Það er oft sagt að við gerum ekki nóg í menningarmálum, en það er þvert á móti. Við gerum mjög mikið í menningarmálum og hérna skulum við hafa í huga að við erum að tala um ríkisvaldið, en eins og ég sagði ykkur áðan, þá eru það sveitarfélögin sem gera enn meira á þessu

sviði. Þannig að við getum fullyrt það að opinberir aðilar hér á landi gera mjög mikið á sviði menningarmála. Þó að margir vilji ekki trúa því, þá er það samt sem áður staðreynd, en auðvitað geta menn líka deilt um hvort áherslurnar séu réttar, það er svo annað mál, en fjárhæðirnar sem varið er í þennan málaflokk eru mjög, mjög miklar.

Við sjáum reyndar að þetta er allt frá 0,14% í Japan upp í 4,1% hjá okkur. Algengt er svona innan við 1% en hins vegar er samanburður alltaf dálítið erfiður í þessu, til dæmis eru mörg af þessum ríkjum með mikil útgjöld til landvarna. Ef við skoðum þau sérstaklega þá fer 15% af ríkisútgjöldunum í Bandaríkjunum til landvarna og niður í 3% á Írlandi. Það eru engin slík útgjöld hjá okkur, svo það verður að hafa í huga við svona samanburð. Einnig eru útgjöld til trúmála með misjöfnum hætti í einstökum ríkjum. Til dæmis eru trúmál sums staðar fjármöggnuð af ríkinu og annars staðar af einkaaðilum.

Heildarútgjöld ríkisins sem hlutfall af landsframleiðslu er líka mismunandi. Hér er það rúmlega 35%, farið að nálgast 40%, en við erum samt ennþá töluvert fyrir neðan meðaltal OECD ríkja. Það eru yfir 50% af landsframleiðslu til dæmis í Svíþjóð sem eru ríkisútgjöld. Hins vegar veitir þetta ákveðna vísbendingu.

Það er gaman að vitna hér líka til rannsóknar sem hefur verið gerð, þ.e.a.s. að skoða áhrif frumkvöðla í menningarmálum og skoða hvort að samfélög sem byggjast ekki á efnishyggju séu með meiri eða minni frumkvöðlahátt. Niðurstaðan er sú að efnishyggja þýðir meiri frumkvölastarfsemi. Það tengist því að frumkvæði hefur aukist meðal annars með aukinni alþjóðavæðingu.

Það er náttúrliga gífurlega erfitt að lýsa menningu. Hvað er íslensk menning? Það eru ekki bara fornritin og Sinfóníuhljómsveitin; þetta eru líka útihátíðirnar um Verzlunarmannahelgi og næturlífið í Reykjavík á laugardagskvöldum. Þetta er hluti af menningu landsins og það má segja að menning felur í sér svo margt í umhverfi mannsins eins og við tilgreindum áður. Það sem er hins vegar nýtt í þessu það eru hin alþjóðlegu áhrif. Þau koma núna alls staðar frá. Það að menning hafi notið fjölþjóðlegra áhrifa er ekkert nýtt í sögu mannsins, það hafa alltaf verið straumar flæðandi milli landa, en nú er hins vegar þessi spurning hvort að alþjóðavæðingin og meira frelsi fjármagnsins geri það að

verkum að smærri hópar eigi erfitt uppdráttar í þeim heimi. Þannig er það rannsóknarefni að vita hvort lítil menningarleg svæði eru í hættu vegna aukinnar alþjóðavæðingar; ekki vegna þess að þau séu endilega þiggjendur í staðinn fyrir framleiðendur, heldur einfaldlega vegna þess að þau eru lítil. Spurningin er hvort að menningarleg fjölbreytni sé í hættu. Við sjáum til dæmis á Íslandi að hér hafa aukist mjög menningarleg umsvif eins og við sáum á myndinni áðan. Síðustu 20 ár þrefölduðust útgjöldin og tvöfölduðust sem hlutfall og jukust verulega sem hlutfall af landsframleiðslu.

Það sem ég gerði í þessu var að ég tók löndin 17 sem ég var með áðan og raðaði þeim upp eftir stærð og útgjöldum til að vita hvort það væri samband milli útgjalda og stærðar. Þá bjó ég til semsagt þá fullyrðingu að eftir því sem land er minna, þeim mun meira eyðir það til menningarmála. Hugsunin er þessi: Lítil ríki verða að eyða meiru til menningarmála og þetta eru ríkisútgjöld, sem endurspeglar pólitískan meirihlutavilja í viðkomandi ríki. Rannsóknartilgáta mín var að ríkisstjórnir í fámennum ríkjum verja meira til menningarmála en ríkisstjórnir í stærri ríkjum. Ég gerði þær tölfræðilegu prófanir sem eru nauðsynlegar í þessu og við sjáum með þessari mynd niðurstöðu þess og það eru tengsl þarna á milli.

Mynd 6

Spearman stuðullinn var 0,57 og þetta er marktækt við 5% öryggisbil. Þannig er það rétt fullyrðing að ríkisstjórnir í ríkjum með tiltölulega fáum íbúum eyða meiru til menningarmála en fjölmennari ríki. Þetta styður þessa tilgátu um að lítil ríki eru meira á varðbergi einmitt í vaxandi alþjóðavæðingu og er Ísland mjög gott dæmi um það. Ég hef mikinn áhuga á að skoða þetta meira og skoða fleiri ríki, en ég veit ekki til þess að þetta hafi verið rannsakað með þessum hætti áður. Ég hef farið með þessar niðurstöður á ráðstefnur erlendis og þetta hefur vakið athygli aðila sem fylgjast með þessum þáttum.

Lokaorðin.Tala út frá síðustu 2 glærunum. Stutt