

Måling af kulturens økonomiske værdi for samfundet – udfordringer og potentialer

Temanummer: Værdiskabelse i kunst og kulturliv

Formålet med artikel er at reflektere over økonomiske værdisætningsmetoder, deres begrænsninger, udfordringer og potentialer, når det gælder at undersøge og forstå værdien af kulturgoder. Kulturpolitisk er denne type analyser interessante, fordi de giver et monetært mål for et kulturgodes værdi for hele befolkningen (også ikke-brugerne), der kan sammen-

holdes med omkostningerne. Metoderne har dog også deres begrænsninger, særligt fordi de bygger på hypotetiske svar, og fordi de ikke nødvendigvis kan måle al kulturel værdi. Artiklen peger på tre ny forskningsperspektiver, som kan bringe forskningen videre mod en større forståelse af kulturens værdi.

TRINE BILLE

Professor i kulturøkonomi,
Institut for Erhvervshumaniora
og Jura, Copenhagen
Business School (CBS),
tb.bhl@cbs.dk.

Kulturpolitikken er under pres. De offentlige tilskud til kultur har længe været stagnerende eller let faldende, og der kræves i stigende grad argumenter for de offentlige tilskud, sektoren modtager (hvilket også er tilfældet for andre sektorer). I kultursektoren har det været særdeles vanskeligt at fremskaffe målinger af evidens og effekter, først og fremmest fordi betydningen af kultur er vanskeligt at måle og kvantificere, og dermed bliver argumenterne ofte ”bløde” og langt mindre håndfaste end de argumenter, som andre sektorer kan fremskaffe. Hertil kommer, at det har været en udbredt opfattelse, at kultur ”har en værdi i sig selv”, og dermed også en modstand mod målinger og kvantificeringer. Skulle der argumenteres, har man brugt tvivlsomme og simple økonomiske analyser, der viser, at kultur f.eks. skaber arbejdspladser og økonomiske ”ringvirkninger”. Problemet er, at det gør anden økonomiske aktivitet også, og ikke mindst at arbejdspladser ikke er målet med de offentlige tilskud til kulturen. Derfor har økonomer generelt afvist denne type analyser som argument for offentlige tilskud. I stedet for bør argumenterne bygge på en analyse af kulturens betydning for samfundets velfærd.

Som kulturøkonom har jeg længe interesseret mig for værdien af kulturgoder og det relaterede spørgsmål om argumenter for offentlig finansiering af kunst og kultur. Kulturøkonomi er en akademisk disciplin, der anvender økonomisk teori og metode til at studere en lang række spørgsmål og problemstillinger inden for kultursektoren. Lige siden kulturøkonomi blev etableret som forskningsfelt i 1960'erne,¹ har et af hovedspørgsmålene været at undersøge argumenter for offentlig finansiering af kunst og kultur (Throsby, 1994).

For mange år siden, som del af min ph.d.-afhandling, belyste jeg den samfundsøkonomiske værdi af Det Kgl. Teater (Bille Hansen, 1997, 2002). Under-

søgelsen blev gennemført som telefoninterview til en repræsentativ stikprøve på 1.843 danske statsborgere, som blev spurgt om deres villighed til at betale til Det Kgl. Teater via skatten. Selv om kun 7 pct. af befolkningen rent faktisk kom i teateret som publikum (på tidspunktet for undersøgelsens gennemførelse), viste undersøgelsen, at danskerens samlede villighed til at betale stod mål med det statslige tilskud, som teatret modtog. Størstedelen af ikke-brugerne af Det Kgl. Teater – som der altså var mange af – var villige til at betale til Det Kgl. Teater, selvom de aldrig selv kom der. Dette var et tidligt eksempel på et contingent valuation-studie, som der sidenhen er kommet mange af (Noonan, 2003). Hvorfor vil ikke-brugerne gerne betale til Det Kgl. Teater via deres skat? Det kunne være, fordi de mener, at teatret har betydning for landet kulturelle niveau, tiltrækker turister eller af andre grunde. I økonomiske terminologi er der her tale om eksternaliteter. Og de viste sig altså at være betydelige (og står mål med de statslige tilskud), og dermed udgjorde de også et godt økonomisk argument for det statslige tilskud, teatret modtog. Det var med andre ord samfundsøkonomisk optimalt at støtte teatret. Hvis det lukkede, ville samfundet lide et velfærdstab, fordi fordelene ved at støtte teatret var større end omkostningerne.



Formålet med denne artikel er mere grundlæggende at reflektere over økonomiske værdisætningsmetoder, deres begrænsninger, udfordringer og potentialer, når det gælder at undersøge og forstå værdien af kulturgoder og bidrage med økonomisk økonomiske teoretisk funderede argumenter for offentlig finansiering.

Efter en lang periode med andre forskningsprojekter og interesser er jeg vendt tilbage til spørgsmålet om kulturens værdi, og for nylig gennemførte jeg et større forskningsprojekt ”Kunstens og kulturens værdi for samfundet,”² som inkluderede et værdisætningsstudie af teatre og muséer. Projektets resultater er publiceret i en række forskningsartikler (Bille og Storm, 2024; Baldin og Bille, 2023a og 2023b; Bille, 2023; Bille og Honoré, 2022).

Formålet med denne artikel er mere grundlæggende at reflektere over økonomiske værdisætningsmetoder, deres begrænsninger, udfordringer og potentialer, når det gælder at undersøge og forstå værdien af kulturgoder og bidrage med økonomisk økonomiske teoretisk funderede argumenter for offentlig finansiering. Kulturgoder skal her forstås bredt. Det kan være kulturinstitutioner eller andre typer af kulturudbud.

Artiklen er opbygget som følger. I næste afsnit vil jeg kort skitsere det økonomiske begrebsapparat, herunder forståelsen af økonomisk værdi og begreber som offentlige goder og eksternaliteter, og i afsnit tre vil jeg kort beskrive de økonomiske metoder, som contingent valuation-metoden, der er designet til at måle den totale økonomiske værdi af et gode. Afsnit fire og fem udgør ar-

tiklens hovedafsnit. I afsnit fire diskuterer jeg begrænsninger og udfordringer med metoden, først nogle generelle udfordringer (som gælder, uanset hvilke typer af goder metoden anvendes på), og derefter diskuterer jeg tre særlige udfordringer ved med metoden, når det gælder dens anvendelse på kulturgoder, herunder spørgsmålet om kulturel værdi. I afsnit fem giver jeg tre bud på nogle nye forskningsperspektiver, herunder hvordan man kan videreudvikle metoden eller supplere med andre tilgange. Afsnit seks afrunder og konkluderer.



Kunst og kulturgoder kan i mange tilfælde forstås som offentlige goder eller "quasi"-offentlige goder, det vil sige private goder med eksternaliteter, som markedet ikke er i stand til at understøtte i det omfang, som efterspørges i samfundet. Dermed er der fare for "underbud", hvis ikke det offentlige (eller andre eksterne finansieringskilder) træder til.

Økonomisk værdi

En klassisk definition af økonomisk teori er, at økonomi handler om "allokering af knappe ressourcer". Det vil grundlæggende sige, at "få mest for pengene", at udnytte samfundets ressourcer bedste muligt – at optimere den samlede velfærd.

Udgangspunktet for økonomisk teori er, at værdi skal vurderes som den samlede værdi for samfundet, og denne værdi vurderes med udgangspunkt i befolkningens præferencer og nytte. En stor del af denne værdi er markedsværdi,³ mens noget værdi ikke er markedsomsat (fordi denne værdi ikke kan købes og sælges på et marked). De ikke-markedsomsatte værdier kan relateres til teorien om markedssvigt (Stiglitz og Rosengard, 2015). Markedssvigt forekommer bl.a., når der findes eksternaliteter og offentlige goder.⁴ Offentlige goder er karakteriseret ved, at de ikke kan købes og sælges på et marked, at markedsmekanismen derfor ikke kan fastsætte deres værdi, som tilfældet er med private forbrugsgoder. Der er ikke noget marked for "ren luft", men derfor har ren luft alligevel stor værdi. Begrebet eksternaliteter dækker i princippet alle effekter, der påvirker menneskers velfærd, men som ikke har en markedspris, og som der følgelig ikke betales for. Luftforurening er et eksempel på en ekstern effekt, fordi forurenere ikke betaler for det velfærdstab, der påføres andre. Eksternaliteter kan være både positive og negative. I eksemplet med forurening er der tale om en negativ effekt. Når det gælder kunst og kultur, er antagelsen, at der kan være positive eksternaliteter, forstået på den måde, at kunst og kultur ikke alene kommer den enkelte kulturbruger til gode, men kan have bredere positive samfundseffekter og betydning, og værdi for andre end brugerne.

De økonomisk-teoretiske argumenter for offentlig finansiering af kunst og kultur er knyttet til markedssvigt og eksternaliteter. Kunst og kulturgoder kan i

mange tilfælde forstås som offentlige goder eller ”quasi”-offentlige goder, det vil sige private goder med eksternaliteter, som markedet ikke er i stand til at understøtte i det omfang som efterspørges i samfundet. Dermed er der fare for ”underudbud”, hvis ikke det offentlige (eller andre eksterne finansieringskilder) træder til. Markedsfejl er det væsentligste argument for den offentlige finansiering af kunst og kulturgoder, idet den offentlige støtte dermed retter op på ineffektiviteten i markedet, hvorved der kan opnås en større samlet velfærd.

Der er mange eksempler på eksternaliteter og ikke-markedsomsatte værdier ved kunst og kultur (Frey og Pommerehne, 1989; Bille, 2021).

Optionsværdi

I visse tilfælde er folk villige til at betale for, at et gode eksisterer, fordi de gerne vil have det til rådighed i fremtiden, selvom de ikke selv bruger det i øjeblikket. Et eksempel kan være, at nogle mennesker gerne vil betale over deres skat for, at Det Kgl. Teater eksisterer. De har måske ikke mulighed for at komme på teatret i øjeblikket, fordi de har små børn, men de vil gerne bevare muligheden for at komme der, når børnene bliver større, og de får bedre tid. En mulighed de også er villige til at betale for.

Eksistensværdi

Eksistensværdi refererer til, at noget eksisterer og besvares, uden at det egentligt bliver brugt eller set. Det kan f.eks. dreje sig om arkæologiske genstande.

Bevarelsesværdi (værdi for fremtidige generationer)

Særligt når det gælder kultur, som ikke vil være tilgængelig for fremtidige generation, hvis den ikke bliver opretholdt i dag, kan der være tale om bevarelsesværdi. Det kan f.eks. være bevaringsværdige historiske monumenter, genstande eller bygninger. Hvis de ikke bevares i dag, men nedbrydes og ødelægges, vil de ikke være tilgængelige for fremtidige generationer.

Prestigeværdi

Et udbredt argument for offentlig støtte vedrører de positive eksternaliteter, der tager form af prestigeværdi og national identitet. Den nationale kultur kan skabe en følelse af national stolthed og identitet hos mennesker.

Uddannelsesværdi

Argumentet er her, at kunst og kultur bidrager til den almene dannelse, herunder har betydning for udvikling af evner og menneskelige kvalifikationer som f.eks. æstetisk sans, social kritik m.m., som kommer hele samfundet til gode.

Metoder til at måle økonomisk værdi

Det økonomiske argument om markedssvigt knytter sig til en cost-benefit-tankegang, hvor omkostningerne er kendte, men hvor kulturgodets sam-

lede benefits til samfundet kan være vanskelige at opgøre. Det er imidlertid netop det, som økonomer har arbejdet med i en lang række værdisætningsstudier. Eftersom kunst og kulturgoder kan medføre positive eksternaliteter for borgerne, har der været interesse for at påvise og kvantificere omfanget af disse eksternaliteter.

Contingent valuation-metoden (CVM) er den mest anvendte.⁵ I praksis gennemføres CVM-studier ved at spørge et repræsentativt udsnit af befolkningen om deres villighed til at betale (f.eks. via skatten) for et bestemt kulturudbud eller ændringerne i et kulturudbud. Det lyder simpelt, men er det langt fra, hvis man skal have valide svar. CVM måler forbrugernes præferencer for og nytte af et bestemt kulturudbud og giver derved mulighed for at fastsætte en værdi på samfundsgoder, som ikke har en konventionel markedspris. Kort sagt skaber CVM et hypotetisk marked og opnår gennem undersøgelser af borgernes villighed til at betale et mål for den samlede monetære værdi for alle samfundets borgere – både for brugere og ikke-brugere af det pågældende kulturgode.

Formålet med metoden er altså at forsøge at estimere den samlede økonomiske værdi af et gode, hvilket kan være betydningsfuld viden, når offentlige ressourcer skal fordeles til forskellige formål. Den er udviklet af miljøøkonomer, idet der i vores natur og miljø heller ikke er noget ”marked” og dermed en værdi af offentlige goder, såsom mindre forurening, redde truede dyrearter mv. Naturen (herunder ønsket om at bevare en ren natur med stor biodiversitet) har stor værdi for hele samfundet, men der findes ingen markedspriser, der kan hjælpe os med at fastslå værdien.⁶

I den internationale kulturøkonomiske forskning findes der efterhånden mange studier, hvor man har prøvet at kvantificere de ikke-markedsomsatte værdier, som også ikke-brugerne kan opleve ved forskellige typer af kulturudbud. I de seneste 30 år er anvendelsen af CVM inden for kulturøkonomien vokset, og der findes efterhånden en omfattende litteratur (se f.eks. Bakshi et al., 2016; Noonan, 2003; Snowball, 2008). De fleste af disse analyser er gennemført for historiske steder og museer, men der er også eksempler fra mange andre typer af kulturudbud, f.eks. biblioteker (Fujiwara et al., 2019) og teatre (Wiesniewska og Czajkowski, 2019).

Begrænsninger og udfordringer

Der er imidlertid en lang række begrænsninger og udfordringer med metoden. En stor del af disse udfordringer knytter sig til metoden generelt, mens en anden del af udfordringerne handler om, hvorvidt metoden er velegnet til at værdisætte kulturgoder. Jeg vil kort nævne de generelle udfordringer og derefter fokusere på nogle af de særlige udfordringer, der kan være ved værdisætning af kulturgoder.

Generelle udfordringer og begrænsninger

Det er oplagt, at CVM ikke er en perfekt metode, og at der kan rejses en lang række kritikpunkter mod metoden. Hovedproblemet er, at metoden baserer sig på hypotetiske svar fra respondenterne og ikke på faktisk adfærd. Det giver mange muligheder for bias i form af, at der kan være en uoverensstemmelse mellem den angivne værdi og den reelle værdi, som respondenterne er villige til at betale, hvis det kom til faktisk handling (Bedate et al., 2009; Snowball, 2008). Eksperimenter har blandt andet vist, at respondenternes svar er yderst følsomme i forhold til undersøgelsesdesignet, interviewmetoden, hvordan godet beskrives i surveyet, konteksten, karakteren af det pågældende gode og omfanget af godet. For yderligere kritik og diskussion af metoden (se f.eks. Hausman, 2012; Kling et al., 2012). Metoden udvikles og forfines til stadighed, og den seneste guide til best practice findes i Johnston et al. (2017).

Sammenfattende kan det imidlertid konkluderes, at på trods af dens begrænsninger er det generelt anerkendt blandt de fleste økonomer, at CVM er den bedst egnede (eneste) metode til at vurdere den samfundsøkonomiske værdi af et offentligt gode eller et gode med betydelige eksternaliteter.

Kan metoden bruges til måle værdien af kulturgoder?

Udover de generelle udfordringer med metoden kan man spørge, om metoden kan bruges til at værdisætte kulturgoder. I det følgende vil jeg diskutere nogle af de særlige udfordringer.

Økonomisk og kulturel værdi. Traditionel økonomisk velfærdsteori vil tilsige, at metoden måler den totale værdi af et gode for samfundets borgere. Man kan selvfølgelig med rette stille spørgsmålstegn ved, om det faktisk er tilfældet. Throsby (2001) har argumenteret for, at der udover den totale økonomiske værdi (markedsværdi plus de ikke-markedsomsatte værdier) findes en række kulturelle værdier, som ikke vil være inkluderet i den økonomiske værdi, og som mangler en fælles måleenhed (de kan med andre ord ikke opgøres i penge). Det kan være æstetisk værdi, spirituel værdi, social værdi, historisk værdi, symbolsk værdi og autentisk værdi. Disse værdier kan i og for sig også være inkluderet i den samlede økonomiske værdi, men Throsby (2001) argumenterer altså for, at det ikke altid eller nødvendigvis vil være tilfældet. Udfordringen er, at vi faktisk ved meget lidt om, hvilke værdier der er inkluderet. Det er et spørgsmål, jeg vender tilbage til i næste afsnit.

Bygger på befolkningens værdisætning. Udgangspunktet for metoden er, at det er befolkningens præferencer og værdisætning, der lægges til grund for beregningen af den totale økonomiske værdi af et gode. Denne grundlæggende præmis vil man potentielt kunne sætte spørgsmålstegn ved med den begrundelse, at det i langt højere grad bør være eksperter end den gennemsnitlige befolkning, der skal vurdere dette. Til forsvar for metoden kan siges, at den er demokratisk i den forstand, at den tager udgangspunkt i befolkningens præferencer.

Ændringer i udbuddet versus status quo samt konsekvens. Selve beskrivelsen af det gode, der skal værdisættes (scenariet), er helt afgørende for metoden. I de nyeste guidelines (Johnston et al., 2017) fremhæves vigtigheden af ”konsekvens”, altså at respondenterne skal opleve, at deres svar har konsekvenser, fordi det øger sandsynligheden for, at respondenterne svarer i overensstemmelse med deres sande præferencer, og dermed at deres svar bliver valide. Det gælder både ”payment consequentiality” (at de tror på, at de kommer til at betale) og ”policy consequentiality” (at de tror på, at deres svar har betydning for den politiske beslutning). Scenariet skal derfor så konkret som muligt beskrive f.eks. en ændring i et udbud, som skal værdisættes, samt konsekvenser af, at denne ændring ikke gennemføres. F.eks. kan man noget forsimplet spørge om respondenternes betalingsvillighed for, at en gammel bevaringsværdig kirke renoveres, og oplyse om, at hvis der ikke er penge nok, så kan den ikke bevares. Udfordringen er, at det ikke altid er det spørgsmål, der er politisk interessant. I mange tilfælde vil det interessante politiske spørgsmål være borgerens værdisætning af status quo (altså det nuværende udbud), og derfor har man i kulturøkonomiske studier også i mange tilfælde spurgt om det.

Nye forskningsperspektiver

I dette afsnit vil jeg skitsere tre nye forskningsperspektiver og tilgange, som jeg mener vil kunne bringe forskningen på området videre i en større forståelse af kulturens værdi. Det første handler om at udvikle en mere tværfaglig tilgang, det andet om en værdibaseret tilgang til økonomi og det tredje om en kausal tilgang til forbrugereksternaliteter (cultural capital externalities).

En tværfaglig tilgang til forståelse af værdier

Formålet med de økonomiske værdisætningsstudier har hovedsageligt været at få et mål for den samlede økonomiske værdi, mens de forskellige værdikategorier og komponenter, der udgør den samlede værdi, ikke har fået meget opmærksomhed.

➤ **Hvor humaniora særligt undersøger, hvorfor mennesker værdsætter kunst og kultur, har økonomer beregnet, hvor meget kultur værdisættes. Disse diskurser har indtil videre ikke krydset hinanden.**

For at øge vores forståelse af kulturel værdi er det imidlertid vigtigt at forstå, hvad det er for ikke-markedsomsatte værdier respondenterne gerne vil betale for i de økonomiske værdisætningsstudier af kulturgoder. Det vil kræve en tværfaglig tilgang. Hvor humaniora særligt undersøger, hvorfor mennesker værdsætter kunst og kultur, har økonomer beregnet, hvor meget kultur værdisættes. Disse diskurser har indtil videre ikke krydset hinanden, og de har til

dato heller ikke overlappet nok til fuldt ud at forstå og kategorisere, hvilke elementer af ikke-markedsomsat værdi de økonomiske metoder fanger op. Dette kunne f.eks. ske ved at kombinere humanistiske kvalitative studier af værdien af kunst og kultur med de økonomiske værdisætningsstudier.

En kausal tilgang til forbrugseksternaliteter (cultural capital externalities)

Den traditionelle økonomiske tilgang og værdisætningsmetoder undersøger betalingsvillighed for ændringer i udbuddet (af offentlige goder eller eksternaliteter). I en nyligt udgivet artikel (Bille, 2024) har jeg påpeget, at det for mange kulturgoder gælder, at eksternaliteterne så at sige først produceres, når kulturgoderne forbruges.

For kulturinstitutioner og aktiviteter som teatre, biblioteker, udstillinger og koncerter har jeg argumenteret for, at de ikke-markedsomsatte værdier frembringes, når kulturinstitutionerne eller kulturgoderne bruges. Uden brugernes besøg/forbrug produceres der ingen eksternaliteter. For eksempel har et bibliotek ringe værdi uden nogen brugere. Den grundlæggende antagelse er, at individer, der deltager i kulturelle aktiviteter, på forskellig vis kan blive oplyst, forbundet, styrket, uddannet og dannet. Det kan tage form af bedre forståelse af sig selv og andre mennesker, ændrede opfattelser, øget kreativitet, æstetisk forståelse, samfundskritik, bedre moralsk udsyn og så videre. Der findes en stor mængde kvalitativ forskning og casestudier, der viser forskellige former for effekter på individer ved at deltage i kunst og kultur (Crossick og Kaszynska, 2016; Carnwath og Brown, 2014). Forventningen er, at disse effekter på individet i sidste ende vil få en bredere indflydelse på samfundsniveauet (eksternaliteter) i form af f.eks. demokrati, mangfoldighed, innovation og så videre. Som Tygstrup et al. (2017: 5, 7) har formuleret det: ”Det har været en bærende antagelse i velfærdsstatens kulturpolitik, at støtte til kunstnerisk virksomhed skaber et samfund med større udsyn, bedre selverkendelse, mere kreativitet og stærkere sociale bånd. (...) For det første fordi kulturpolitikken giver øget kvalitet i omgivelser og erfaringsindhold for samfundets borgere, og for det andet at den bidrager til oplysning, øget udsyn og sensibilitet, og hermed styrker den grundlæggende demokratiske dannelse.”

Den økonomiske forståelse af dette er, at når privat forbrug af kunst og kultur finder sted, vil den enkelte akkumulere kulturel kapital.⁷ Denne akkumulerede kulturelle kapital kan påvirke andre mennesker (f.eks. gennem ændret adfærd, fremtidige beslutninger eller interaktioner) og dermed skabe eksternaliteter. Teoretisk trækker jeg på en model af Cornes og Sandler (1996), hvor en privat aktivitet (i dette tilfælde kulturbrug) samtidig producerer et privat gode (egen glæde af kulturforbruget) og et offentligt gode (eksternaliteter). Jeg kalder fænomenet ”kulturel kapital-eksternaliteter”, parallelt til at man i mange år har arbejdet med ”human kapital-eksternaliteter” i uddannelsesøkonomi (Winters, 2013; Ciccone og Peri, 2006; Moretti, 2004). Uddannelse er et parallelt eksempel, fordi uddannelse også medfører et privat gode (egen

uddannelse) og et offentligt gode (højere uddannelsesniveau i samfundet), som har en lang række samfundsgavnige effekter (Acemogul og Angrist, 2000; Bell et al., 2022).

Når eksternaliteterne er relateret til forbruget af kultur og ikke til udbuddet, skaber det udfordringer i forhold til mulighederne for at bruge CVM-metoden. Det er næsten umuligt at designe et værdisætningsscenarie med den hensigt at forklare eksternaliteterne af f.eks. et teater til respondenterne, og at forklare, hvordan eksternaliteterne vil ændre sig med en ændring i udbud eller forbrug af teatre. Derfor vil måling af denne type eksternaliteter kræve andre metoder, f.eks. kausale analyser. Vi har gjort et første forsøg på at teste modellen i en kausal analyse ved at undersøge variationen på tværs af danske kommuner i forhold til den samlede teaterefterspørgsel (Honoré og Bille, 2022).

➤ **Ikke-brugerne sætter pris på teatret i deres kommune, og de er villige til at bidrage til det. De er ikke i stand til at udtrykke deres præcise betalingsvillighed for forskellige typer af ændringer i udbuddet af teater. De er simpelthen bare villige til at bidrage til det, der opfattes som et kulturelt fælles gode: teatret i deres kommune.**

En værdibaseret tilgang til økonomi

Et af de resultater, vi har fundet i forskningsprojektet ”Kunsten og kulturens værdi for samfundet”, er, at ikke-brugernes betalingsvillighed ikke varierer med variationen i udbuddet af teater på tværs af kommuner, sådan som man ifølge teorien ville forvente (kun brugernes betalingsvillighed varierer med udbuddet) (Bille og Storm, 2024, Honoré og Bille, 2022). Ikke-brugernes betalingsvillighed til teatre kan dermed ikke uden videre tolkes som en rationel beslutning baseret på deres nytten af specifikke ikke-markedsomsatte værdier.

Det kan føre til overvejelser om, hvorvidt de traditionelle økonomiske teorier og den eksisterende præferenceteori bør gentænkes, når det gælder kunst og kultur. Det kunne for eksempel være, at vi skulle vende blikket væk fra den individuelle nytte, og i stedet for at betragte kultur som et ”offentligt gode” kunne man måske betragte kultur som et ”fælles gode” (common good), et begreb, der er udviklet af Ostrom (1990). Det har Klamer (2016, 2017) blandt andet gjort med udviklingen af ”den værdibaserede tilgang til økonomi (VBA)”. VBA bygger på begrebet ”fælles goder”. Eksempler kan være venskab, fællesskab, en familie, viden, kunst, musik, og religion. Man deler et gode med andre mennesker, og man skal selv bidrage til det for at holde det i live. Mens nytte og præferencer driver forbrugernes beslutninger i den traditionelle økonomiske tilgang, ses ”formålet” med en aktivitet som vigtigere i den værdibaserede tilgang. Deraf følger sondringen mellem ”betalingsvillighed” versus ”villighed til at bidrage”. Hvor ”betalingsvillighed” er det begreb, der bruges i standardøkonomi, er fælles goder afhængige af villigheden til at bidrage.

Vores resultater i Bille og Storm (2024) og Honoré og Bille (2022) egner sig godt til en VBA-fortolkning: Ikke-brugerne sætter pris på teatret i deres kommune, og de er villige til at bidrage til det. De er ikke i stand til at udtrykke deres præcise betalingsvillighed for forskellige typer af ændringer i udbuddet af teater. De er simpelthen bare villige til at bidrage til det, der opfattes som et kulturelt fælles gode: teatret i deres kommune.⁸

Lang vej til en samlet forståelse af kunsten og kulturens værdier

Den helt store fordel ved CVM er, at den i teorien giver et mål for den totale økonomiske værdi af et (offentligt) gode, som derefter kan sammenholdes med omkostningerne, og dermed i sidste ende udgøre et væsentligt argument for offentlig finansiering og i bedste fald også indikere, hvor store offentlige tilskud der bør gives til et givet område eller institution.

Kulturpolitisk er denne type analyser interessante, fordi de giver et mål for et kulturgodes værdi for hele befolkningen (også ikke-brugerne), og dermed fås et monetært mål for værdien, der kan sammenholdes med omkostningerne. De har dog ikke rigtigt vundet indpas i den kulturpolitiske debat, måske fordi argumentet om arbejdspladser er lettere at forstå?

Som jeg har diskuteret i denne artikel, er der også en lang række udfordringer med metoden. Jeg mener dog ikke, at det skal føre til at metoden skal forkastes, men derimod videreudvikles og suppleres med andre metoder. Det er interessant, at et stort forskningsprojekt i England, der har et humanistisk og ikke økonomisk udgangspunkt, når frem til tilsvarende konklusioner (Cossick og Kaszynska, 2016). Formålet med ”The Cultural Value Project: Understanding the value of arts & culture” var at løse to grundlæggende udfordringer: at identificere de forskellige komponenter, der tilsammen udgør kulturens værdi, og at overveje og udvikle metoder, der kan bruges til at evaluere disse komponenter. De konkluderede bl.a. at en videreudvikling af de velfærdsøkonomiske metoder, som CVM-metoden, var vejen frem.

Der er lang vej endnu, før vi har en samlet forståelse af kunsten og kulturens værdier.

For det første mener jeg, at vi som økonomer i højere grad bør lade os inspirere af uddannelsesøkonomi, end det hidtil har være tilfældet, hvor inspirationen primært er kommet fra miljøøkonomi. Kulturel kapital-eksternaliteter (som er den almindelige humanistiske forståelse af værdien af kultur) kræver en tilgang, som ligner forståelsen af human kapital-eksternaliteter på uddannelsesområdet.

For det andet skal det undersøges nærmere, om kultur i højere grad kan forstås som ”fælles goder” end som ”offentlige goder”, og hvilken betydning det har.

For det tredje mere jeg, at det er nødvendigt med et langt mere omfattende tværfagligt forsknings samarbejde, hvis vi skal forså kulturens værdier både kvalitativt og kvantitativt på en måde, så denne viden også kan bruges som udgangspunkt for politiske beslutninger og udvikling af kulturpolitikken.

Referencer

- Acemoglu, D. og J. Angrist (2000), How large are human-capital externalities? Evidence from compulsory schooling laws, *NBER Macroeconomics Annual*, 15: 9-59.
- Bakhshi, H. et al. (2016), *Measuring Economic Value Cultural Institutions*, Arts & Humanities Research Council.
- Baumol W.J. og W.W. Bowen (1966), *Performing arts – the economic dilemma*, New York: The Twentieth Century Fund.
- Bedate, A.M., L.C. Herrero og J.A. Sanz (2009), “Economic valuation of a contemporary art museum: correction of hypothetical bias using a certainty question”, *Journal of Cultural Economics*, 33(3): 185-99.
- Bell, B., R. Coata og S. Machin (2022), “Why Does Education Reduce Crime?”, *Journal of Political Economy*, 130(3): 732-52.
- Bille, T. og H.N. Storm (2024), “The benefits and attractiveness of local theatres: Comedy or Shakespeare – does it matter?”, *Cultural Trends*, online first.
- Bille, T. (2024), “Cultural capital externalities and the values of cultural goods - State of the art and future research prospects”, *Journal of Cultural Economics*, online first.
- Baldin, A. og T. Bille (2023a), “Measuring the Impact of the Embedding Effect in Contingent Valuation Studies of Cultural Public Goods. The case of museums”, *Applied Economics*, online first.
- Baldin, A. og T. Bille (2023b), “The Lost value for users of cultural institutions during the Covid-19 pandemic: A life satisfaction approach”, *International Review of Economics*, online first.
- Bille, T. (2023), ”Museernes økonomiske værdi for den danske befolkning”, *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, 26(1): 8-25.
- Bille, T. og S. Honoré (2022), ”Teatrenes værdi for publikum og ikke-publikum”, i N. Gram, N. Holgaard og L.E. Hansen, red., *Teater og publikum*, København: Forlaget Samfundslitteratur, pp. 99-119.
- Bille, T. (2021), ”Kreativ nærings samfundsøkonomiske værdier”, i A.-B. Gran og B.E. Olsen, red., *Kreativ næring – lokale, digitale og økonomiske perspektiver*, Oslo: Universitetsforlaget.
- Bille, T. (2002), “A Contingent Valuation Study of the Royal Theatre in Copenhagen”, i S. Navrud og R. Ready, red., *Valuing Cultural Heritage. Applying Environmental Valuation Techniques to Historical Buildings, Monuments and Artifacts*, Edward Elgar Publishing, pp. 200-37.
- Bille Hansen, T. (1997), “The willingness-to-pay for the royal theatre in Copenhagen as a public good”, *Journal of Cultural Economics*, 21(1): 1-28.
- Bourdieu, P. (1986), “The Forms of Capital”, i J.G. Richardson, red., *Handbook for Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241-58.
- Carson, R.T. (2011), *Contingent valuation. A comprehensive bibliography and history*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Carnwath, J., og A. Brown (2014), *Understanding the value and impacts of cultural experiences - a literature review*, London: Arts Council England.
- Ciccone, A. og G. Peri (2006), “Identifying Human-capital externalities: Theory with applications”, *Review of Economics Studies*, 73: 381-412.
- Cornes, R. og T. Sandler (1996), *The theory of externalities, public goods and club goods*, Cambridge University Press.
- Crossick G. og P. Kaszynska (2016), *Understanding the Value of Arts and Culture*, Arts and Humanities Research Council, UK.
- Frey, B.S. og W.W. Pommerehne (1989), *Muses and Markets – Explorations in the Economics of the Arts*, Oxford: Brasil Blackwell.
- Fujiwara, D., R.N. Lawton, og S. Mourato (2019), “More than a good book: Contingent valuation of public library services in England”, *Journal of Cultural Economics*, 43: 639-66.
- Hausman, J. (2012), “Contingent Valuation: From Dubious to Hopeless”, *Journal of Economic Perspectives*, 26(4), 43-56.

- Honoré, S. og T. Bille (2022), "Cultural capital externalities: Causal evidence from a Danish ticket scheme for theatres", working paper.
- Johnston, R.J., Boyle, K.J., Adamowicz, W., Bennett, J., Brouwer, R., Cameron, T.A., og Vossler, C.A. (2017), "Contemporary guidance for stated preference studies", *Journal of the Association of Environmental and Resource Economists*, 4(2): 319-405.
- Klamer, A. (2016), "The value-based approach to cultural economics", *Journal of Cultural Economics*, 40: 365-73.
- Klamer, A. (2017), *Doing the right thing: A value-based economy*, London: Ubiquity Press.
- Kling, C. L., D. J. Phaneuf og J. Zhao (2012), "From Exxon to BP: Has Some Number Become Better Than No Number?" *Journal of Economic Perspectives*, 26(4): 319-405.
- Moretti, E. (2004), "Human capital externalities in cities", *Handbook of Regional and Urban Economics*, 4: 2243-91.
- Noonan, D.S. (2003), "Contingent valuation and cultural resources: a meta-analytic review of the literature", *Journal of cultural economics*, 27(3-4): 159-76.
- Ostrom, E. (1990), *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Snowball, J.D. (2008), "Measuring the value of culture: Methods and examples in cultural economics", Springer Science & Business Media.
- Stiglitz, J. og J.K. Rosengard (2015), *Economics of the public sector*, Norton.
- Throsby, D. (1994), "The production and consumption of the arts: A view of cultural economics", *Journal of Economic literature*, 32(1): 1-29.
- Throsby, D. (2001), *Economics and culture*, Cambridge university press.
- Tygstrup, Frederik et al. (2017), "Kunsten som forum", et forskningsoplæg om kunst og sociale fællesskaber, Statens Kunstfond, København.
- Winters, J. (2013), "Human capital externalities and employment differences across metropolitan areas of the USA", *Journal of Economic Geography*, 13(5): 799-822.
- Wisniewska, A. og M. Czajkowski (2019), "Designing a socially efficient cultural policy: the case of municipal theatres in Warsaw", *International Journal of Cultural Policy*, 25(4): 445-57.
- Wisniewska, A. og E. Zawojcka (2023), "Use and non-use values of performing arts: Measurement and sources identification", working paper.

Slutnoter

- 1 Baumol og Bowens legendariske bog fra 1966 betegnes ofte som starten på kulturøkonomi som forskningsfelt.
- 2 Projektet var finansieret af Augustinusfonden.
- 3 Ikke-økonomer tror ofte fejlagtigt, at økonomer kun er interesseret i markedsværdien.
- 4 Teknisk set er et offentligt gode karakteriseret ved, at det er ikke-rivaliserende i forbruget (den ene forbrugers nytte forringes ikke ved, at mange andre bruger godet samtidigt), og at eksklusion er umulig (man kan teknisk set ikke afskære nogle fra at bruge godet). Disse egenskaber betyder, at det private marked ikke vil udbyde godet, selvom det efterspørges. Derfor er offentlige goder ofte offentligt finansierede. Men omvendt betyder offentlig finansiering ikke i sig selv, at der nødvendigvis er tale om et offentligt gode i økonomisk-teoretisk forstand. Et standardeksempel er f.eks. det nationale forsvar (alle borgere beskyttes i tilfælde af krig). Kunst i det offentlige rum er et andet eksempel.
- 5 Der findes flere varianter af metoden, f.eks. "choice experiments". Den grundlæggende tankegang er dog den samme.
- 6 Carson (2011) oplister omkring 7.500 CVM-studier fra en lang række forskellige sektorer, inkl. kultur.
- 7 Begrebet kulturel kapital, som benyttes her, er ikke det præcis samme som hos Bourdieu (1986), men det er nært beslægtet.
- 8 Hertil kommer udfordringer med, at man i flere studier har fundet, at betalingsvilligheden ikke ændres, når omfanget af godet ændres. Wisniewska og Zawojcka (2023) fandt, at betalingsvilligheden for en stigning på 25 pct. og en stigning på 50 pct. i teaterudbuddet i Polen ikke var signifikant forskellig. Snowball (2005) nåede til samme konklusion i et værdisætningsstudie af kunsthøjtider i Sydafrika, hvor hun introducerede to niveauer: 25 pct. og 50 pct. reduktion. Se også Baldin og Bille (2023a) for en tilsvarende problematik vedr. betalingsvillighed for danske museer.