

Piac és Kultúra  
(nyilvános tűnődések)

A Hajnal István Kör 2012. évi debreceni konferenciáját előkészítő műhelytanácskozás  
referátuma

Antalóczy Timea – Harsányi László

Nem véletlen, hogy egyre gyakrabban foglalkozunk a kultúra mineműségével, állapotával, funkciójával, megjelenési formáival, hiszen hazánk az elmúlt hatvanöt évben két radikális rendszerváltoztatást élt át, miközben a befoglaló tágabb világ is nagyot változott. Az európai civilizáció globalizálódását, a kétpólusú világrend szétesését, az angolszász világmodell megroggyanását, majd a mindezzel összefüggő, globális társadalmi-gazdasági krízis hatásait elszenvedve kellett, kell kitalálni egy élet- és versenyképes Magyarországot. A szétesés, a szétbomlás – kinek, hogy tetszik – napról, napra egyre inkább tapasztalat, és nem valami távolról érkező hír, amin a vacsoraasztal mellett elmélázik az ember, majd azzal a boldogító felismeréssel tér nyugovóra, hogy „ez velünk nem történhet meg”. Megtörtént! Kinek-kinek személyes felelőssége is, hogy megint utat tévesztünk, vagy ha nem is bőségben, de biztonságban, kiszámítható körülmények között élhetünk. Meggyőződésünk, hogy a megoldás, egy életképes társadalmi, gazdasági/politikai modell megalkotása „magában a nemzetben rejtezik”. Nem mindegy azonban, hogy a magyar társadalom közpolgárai az új világrendbe milyen szellemi, lelki kondíciókkal fognak betagozódni, hogy milyen minőségű a nemzet kulturális fundamentuma.

De mit is nevezünk kultúrának? A természethez való viszonyunk, épített környezetünk, a tudományok, a művészetek, a társadalmi együttélés szabályai, a társadalmi rend, amiben élünk, az egyedek, csoportok közti együttélés szabályai, a korosztályok közti viszony, a nemek közti viselkedés, tehát a közösség szociális szerkezete, a különböző kulturális mintákhoz való viszony, az, hogy mit tartunk szépnek, becsületesnek vagy jónak stb., mind-mind a kultúra fogalomkörébe tartozik. „A kultúra az elismert, elfogadott, a hagyományokban sokszorosán kiválogatott minták, lehetséges cselekmények, lehetséges gondolatok és lehetséges élmények funkcionálisan egységes és ezért egészséges rendszere. A kultúra teszi az életet élhetővé, ad célt, irányt, elégedettséget, bölcsességet az embernek.” (Csányi Vilmos, 2005).

E meghatározás szerint (is) a kultúra, tegyük hozzá, jó esetben célt, irányt, elégedettséget, bölcsességet ad az embereknek, tehát hozzáférhető és hatékonyan használható abban a társadalmi térben, ami a felhasználó „élőhelye”, helyi és tágabb társadalmi környezete. Hiszen „ a népek és kultúrák nem zárt egységek, nem önmagukból termékenyülnek és növekednek, hanem egymásba folynak, határértékeik összemosódnak és átcserélődnek, s így termékenyítik örökké egymást, hol pozitív egymásba hatolással, hol negatív visszazárkózással.” (Veres Péter, 1940)

Fontos azt a kérdéskört is körbejárni, hogy a kortárs kultúrát miként alakítja világunkban a változás sebessége, különösen a szabad piac, a gazdaság, a gyorsuló globalizáció és legfőképpen az, amit Z. Bauman ( Bauman, Z., 2011) „megrögzött és megszállott” modernizációnak hív. „ A kultúra manapság ajánlatokból és nem tilalmakból áll; javaslatokból és nem normákból.”írja. „Nincs ’néptömege’ akit felvilágosítani és megneemesíteni akarna; vannak azonban kliensei, akiket el akar csábítani. A csábítás a felvilágosítással és a megneemesítéssel szemben nem egyirányú, egyszer s mindenkorra elvégzett feladat, hanem nyitott végű tevékenység. A kultúra funkciója nem az, hogy létező szükségleteket elégítsen ki, hanem hogy újakat teremtsen. (...) Lényegi érdeke a kielégülés megakadályozása (...) ami nem hagyja helyet további, új és mindezidáig be nem töltött szükségleteknek és hóbortoknak.”

Ezen gondolatok tükrében alapvető kérdés lehet, hogy a mai magyar társadalomban ez az erkölcsi-szellemi szabályzórendszer miként működik, a kulturális javak köztulajdonnak tekinthetők vagy sem, milyen kulturális minták köré szerveződnek a különböző társadalmi csoportok és miként hat ez életminőségük alakulására?

A modern piaci mechanizmusok térnyerésével a kulturális szolgáltatások technológiája, technikája, a közvetítés terjedelme, társadalmi mélysége és mindezeknek megfelelően hatása és hatni tudása többet változott, mint a megelőző évszázadokban összesen. Ez a fajta kulturális expanzió természetesen maga is piacteremtő nem csupán a különböző hordozó eszközök megvásárolhatóságával, de az általuk közölt értékekkel, gondolatokkal együtt. Persze ez nem teljesen új dolog. Csak egy példa: a reformáció európai, ezen belül hazai

sikeréhez sok ok mellett hozzájárult a könyvnyomtatás „felfedezése” valamint az istentiszteletek magyar nyelvű kulturális innovációja egyaránt. Vitányi Iván az elmúlt 200 év kulturális szerkezetének alapmódosulásait a következőkben foglalja össze:

- A nagy mennyiségű sokszorosítás a 19. század végétől.
- A „klasszikus” tömegkommunikáció megjelenése.
- A komputerizáció, az informatika és kommunikáció új forradalma.<sup>1</sup>

Elfogadva azt a gondolatot, hogy a kultúra teremtésében, finanszírozásában, szabályozásában egyaránt és egymás mellett szerepe van a piacnak és az államnak, ennek az „együttműködésnek” az állam felőli megközelítésű modell-leírását a mai napig Kuti Éva – Marschall Miklós szerzőpáros határozta meg legjobban.<sup>2</sup> Eszerint az állami kultúratámogatás alapvető modelljei:

- Művezető állam
- Menedzser típusú megoldás
- Az állam, mint mecénás
- Rásegítő típusú állami magatartás

Nézzük meg ezeket a modelleket a piac oldaláról. A „Művezető állam” gyakorlatban a piac marginális szerepet játszik a kultúra teremtésében és elosztásában, és ennek megfelelően a kultúra sem hat jelentősen a piacra, mert feltehetően maga a piac is torz, fejletlen módon van jelen. Az állam teljesen uralja a kultúrát: intézményeket tart fenn, megrendelő és finanszírozó, támogat, tűr és tilt. A kultúra dominánsan közszolgáltatás, annak minden – később tárgyalandó – előnyével és hátrányával.

A „menedzser állam” szintűgy jelentős részt kér a kultúra irányításának folyamataiból, a kultúra ebben a konstrukcióban a jóléti politika része. A piac territóriumát itt már eléri a művész alkotómunkát és a kultúra szuverén fogyasztója is jelen van. Az állam ugyanakkor – a piaci, vagy kvázi piaci viszonyokat tiszteletben tartva - maga is megjelenik vevőként a kulturális piacon. Ami fontos az, hogy az eladó, tehát a kultúrát előállító művész és

<sup>1</sup>Vitányi Iván: A magyar kultúra esélyei, MTA Társadalomkutató Központ, 2006

<sup>2</sup>Kuti Éva - Marschall Miklós (1990) : Az állam szerepe a kulturális szférában, Művelődéskutató Intézet Bp. 1990

intézmény szabadon találkozik a vevővel, a fogyasztóval. Ilyetén módon piacalakító. Ez a megoldás a legelterjedtebb Európa nyugati felén.

A „mecénás állam” nem adja fel a kultúra támogatását, de feladja annak közvetlenül jelenlevő, beavatkozó technikáját, mellőzi a bürokratikus koordinációt és az állami finanszírozás független, „artscouncil” típusú szervezeteken keresztül érkezik el a különböző kulturális auktorokhoz. (Többé-kevésbé ez a brit gyakorlat.)A piac szabad, bár kétségtelen, hogy az állam e testületek felhasználásával befolyást gyakorol a piaci folyamatokra, vagy inkább deformálja a piaci verseny eredményeit, hiszen az állami ügynökségek, alapok „forint-szavazatai” eltérítést jelentenek a piaci értékviszonyoktól.

Az Egyesült Államok mutatja be legtisztábban az „állami rásegítő politika” gyakorlatát, ahol nem is fogalmaz meg az állam kulturális feladatokat a maga számára, ugyanakkor erősen támaszkodik a különböző mecénási kezdeményezésekre. A mecénási rendszer (amelyhez adókedvezmények társulnak) piackonformitása talán kevésbé kérdőjelezhető meg. Itt tehát a közfeladatok magánosítása is megtörténik, de az ilyen típusú erőfeszítéseket az állami adópolitika honorálja. A rásegítő, szabályozó politika mellett a kulturális szolgáltatások eladói és vevői piaci viszonyok között találkoznak, adnak el és vesznek, ennek minden előnyével és hátrányával.

A kulturális fogyasztás egy része a legkeményebb tervgazdálkodás idején is piaci tranzakción alapult, hiszen fizetni kellett a mozijegyért, a színházjegyért, a könyvért, stb. Ez az összeg azonban meg sem közelítette a kulturális jóságok előállítási költségeit. Általánosan elmondhatjuk, hogy állam biztosította a kulturális javak előállítási és terjesztési költségeinek több mint kétharmadát. Ez az arány a kilencvenes évek elején teljesen megfordul és a kultúra nagyobbik része minden megmaradt állami támogatás ellenére ma piaci tranzakciókon, vásárlásokon keresztül jut forrásokhoz.

Nagy kérdés, hogy a Kelet-európai államokban azért történik meg a piacosítás, mert kimerültek-e a gazdasági lehetőségek, és nem bírja az állam finanszírozni a kultúrát? Vagy ez egy rendszerváltó és tudatos döntés volt, amennyiben úgy kell kezelni a kultúrát, mint egy piaci részterületet, amely csak néhány apróbb-nagyobb jellemzőjében tér el a ruhák, cipők,

vagy autóbuszok gyártásától és eladásától? Vagy a belépő rendszerek alakító szereplői a változás és változtatás menetében a kultúra érdektelenségét fogadták el? Vagy a terebélyesedő szórakoztató-ipar kiszorította a kultúrát a politikusok látóteréből? De az is lehet, hogy az elmúlt 20 évben sohasem volt olyan átfogó vízió a kultúra társadalmi szerepéről, az újratermelésben betöltött funkcióiról (ha van egyáltalán), mint akár az oktatásnak.

Vegyük szemügyre, hogy a piac, a piaci koordináció, milyen előnyökkel és hátrányokkal jár a kultúra működésére. Kiindulásunkban Kuti Éva és Marschall Miklós egyik tanulmányára támaszkodtunk.<sup>3</sup>

A piaci rendszer elvi előnyei:

- A vásárló, a fogyasztó diktál, vevők piaca van, megvalósul a kulturális kínálat sokszínűsége, a termelő állandó innovációra van kényszerítve.
- A vásárló automatikus kontrollt és visszajelzést jelent a szolgáltató számára, a finanszírozási mechanizmusokat a kulturális manipuláció nem fenyegeti.
- A piac nyitott, a be- és a kilépés szabad.
- A piaci mechanizmusok gyors és megbízható információkat biztosítanak a fogyasztók igényeiről.
- A piacgazdaság tőke- és hitelpiaca nyitott a kulturális vállalkozások számára, és mindig kínálóznak alternatív finanszírozási források.

A piaci rendszer elvi hátrányai:

- A piaci finanszírozás nem képes a „kollektív” kulturális szükségletek, és az ezeket biztosító intézmények anyagi alapjainak megteremtésére.
- A piacon megjelenő kereslet átlagizlést tükröz, így az új, innovatív kísérletek, vagy akár a klasszikus magas kultúra lehetőségei nagyon korlátozottak.

---

<sup>3</sup>Kuti Éva –Marschall Miklós: A kultúra finanszírozásának egyes dilemmái, Művelődéskutató Intézet 1985

- A tisztán piaci finanszírozás sérti a társadalmi méltányosság elvét, erősen érvényesíti a kizorító effektusokat.

Az elvi előnyök és hátrányok természetesen nem tudnak érvényesülni a maguk teljességében. A vevői piacot jelentősen torzíthatja a manipuláció, a monopóliumok megjelenése a kulturális piacon, a fogyasztók számára rendelkezésre álló információk elégtelensége. A piac nyitottságát korlátozhatják pénzügyi, nyelvi, politikai korlátok. Egyáltalán nem biztos, hogy alternatív finanszírozás mindig lehetséges, lásd illusztrálásul az ország jelenlegi válságos gazdasági helyzetét. A hátrányok közül tompítható az átlagizlés diktatúrája, ha kialakul egy jól működő mecenatúra szerkezet, amely éppen a különleges teljesítményt tekinti támogatási céljának. Nem lehetetlen olyan állami hálót szőni, amely nem engedi kizorítani a legrászorultabbakat a kulturális kínálat legfontosabb részeinek eléréséből.

#### További problémakörök:

- Globális piac – lokális kultúra – a piac egységes szabályozórendszerrel bír miközben helyi kultúrák különböző normákkal, mértékekkel élnek. Van, ahol ezt könnyebb összehangolni, van, ahol nehezebb. A kultúrák különbsége maga is eltérő piaci stratégiákat eredményezhet, mint pl. válság helyzetben nem azonosan reagál a társadalom az angolszász országokban, a távol keleten, vagy dél-európában.
- A kultúra és a piac működése között alapvető különbségek vannak. Azt tudomásul kell venni, hogy különbség van a két intézmény esetében például az idődimenzió kezelésében. A piac nemhogy képes gyors változtatásokra, hanem ez lételeme is. Ezzel szemben a kultúra módosulása - beleértve a szokásokat, értékviszonyokat, stb. és mindent, ami belőle következik - emberöltőnyi változásokban mérhető. Ez a reflexiós különbség már önmagában megkülönbözteti őket egymástól. A piaci igazodás rövidtávú, meghatározóbb, mert erősebb, rapidabb, gyorsabb, mint a kultúra átformálása. A kultúra: tartósan jelen levő valami. A piaci trendek ezért sokszor beleütköznek a kulturális falakba, amelyek ha nem változnak (és csak lassan változnak) egyenesen megkötik, semlegesítik a trendváltást. Ezek természetesen nem

örökkévaló alá-fölérendeltségi viszonyok. A magyar társadalom például a 80-as években mentálisan (is) felkészült, (de legalábbis sokkal jobban, mint a közép-kelet európai környezete) arra a gazdasági rendszerváltásra, ami bekövetkezett. Ez helyzeti előnyt jelentett a térségünkben. Most azt látjuk, hogyan semmisült meg ez a „kulturális” előny az elmúlt két évtizedben.

- További jelentős konfliktus, hogy a piac rendszere a versenyre és együttműködésre épül, arra, hogy a hitelességedet nem veszítheted el. A magyar társadalom azonban szélsőségesen individuális és ez a kulturális kód, ha a versenyben nem biztos, hogy hátrányos, de nehezíti, sőt szinte lehetetlenné teszi társadalmi méretekben az együttműködést.
- A hazai piac működési zavarai visszajelzést adnak a magyar társadalomról, kiélezve azt a kulturális különbséget, ami a „van” és a” lennie kéne” között feszül:
  - a magyar társadalom kevésbé normakövető,
  - konfliktus esetén kiszámíthatatlan lépéseket tesz minden oldal,
  - helyzetének megoldását nagyrészt az államtól várja, nem önmagától,
  - egyébként is erő és elterjedt a paternalizmus, amelyet a piac nem honorál,
  - konfliktust jelentenek az olyan kulturális problémák, mint például az elégtelen idegen nyelvtudás, pedig a globális piac ezt egyre inkább megköveteli,
  - a weberi protestáns etika, amely jelentősen befolyásolja a piac alapértékeinek (takarékoság, szerződések betartása, a teljesítmény értékelése, stb.) kialakulását Nyugat-európában, más kultúrákban, kevésbé van jelen.
- Mi az, amit a piac kényszerített ki? Korszakos változásról van szó, ennek kezdeményei vannak csak meg:
  - más értékeket preferálnak az emberek, felértékelődött például a biztonság (Az élet célja, ESS, 2011, Antalóczy T. – Füstös L. – Hankiss E.)
  - a kulturális termékekkel szemben is van elvárás, azaz legyen piacképes,
  - stb

- További kérdés, hogy a kulturális piacon való jelenlét mennyiben határozza meg a társadalmi státuszt vagy fordítva? Richard A. Petersen 20 év kutatását összefoglalva mondta 2005-ben: „Váltást érzékelünk az elit csoport státuszában a műveltektől (entellektüelektől), akik lenéznek mindent, ami hamis, vulgáris vagy népszerű tömegkultúra (...) azon műveltek felé, akik mindent fogyasztanak, a magas művészettől a populáris művészeti formákig. Más szóval semmilyen művészeti forma sem idegen: semmivel sem azonosulok 100%-osan és tökéletesen, főként pedig azon az áron, hogy emiatt valamilyen más élvezetet meg kelljen tagadnom magamtól. Mindenütt otthon érzem magam, annak ellenére, hogy (vagy talán éppen azért) nincs egyetlen hely sem, amit az otthonomnak mondhatok. Nem arról van szó, hogy az egyik ízlés (a kifinomult) konfrontálódna a másikkal (a vulgárisal), hanem a mindenevőség áll szemben az egyféle fogyasztásával, a készség arra, hogy mindent fogyasszunk a finnyás válogatással. A kulturális elit él és virul, aktívabb és mohóbb, mint valaha, de rettentően el van foglalva azzal, hogy felfedezze a slágereket, más magasztalt kultúrával kapcsolatos eseményeket, időt találjon rá, hogy kialakítsa meggyőződése kánonjait vagy másokat is áthangoljon. A „ne légy válogató, ne fanyalogj”, „fogyassz többet” parancsán kívül semmit sem képes mondani a kulturális hierarchia alján helyet foglaló „mono-fogyasztó” tömegnek. És mégis, ahogy Pierre Bourdieu fogalmazott néhány évtizeddel korábban, valaha minden művészeti ajánlat valamely meghatározott társadalmi osztály számára készült, és kizárólag nekik – és kizárólag vagy alapvetően csak ez a csoport is fogadta be őket. Ezen művészeti ajánlatoknak a hármas hatása – osztály definíció, osztály szegregáció és az osztály tagságának manifesztációja volt a lényegük, legfontosabb társadalmi funkciójuk, talán rejtett vagy kinyilvánított céljuk is. P. Bourdieu szerint az esztétikai fogyasztásra szánt termékek kijelölték, jelezték, és védelmezték az osztályok elkülönülését, világosan meghatározva és megerősítve az osztályok közötti választóvonalakat.
- A gyűjtők - ez a sajátos társadalmi csoport – azt gyűjtik általában, ami a várható trendektől eltérő. Amint az állam megrendelőként, fogyasztóként belép, felborulnak a határok. A piaci és a nem piaci részrendszerek közötti mozgást jó példázza, hogy a magángyűjtés, amely teljes egészében piaci tranzakció, pontosabban az ennek



eredményeként kialakult gyűjtemény, az esetek nagy részében közgyűjteménnyé válik. Hagyatékként, ajándékozás segítségével, stb.

- Egy másik alapkérdés, hogy mi van az oktatással? Azzal még a legelvakultabb liberális közgazdászok is egyetértenek, hogy az oktatás legnagyobb része közszolgáltatás, tehát nem piaci tranzakciókon keresztül nyújtott szolgáltatás. Persze vita van a határokról, ide sorolandó-e a felsőoktatás minden része, a továbbképzés, stb. A kultúráról viszont nincs ilyen közszolgáltatási öszkép. Lásd pl. a közgyűjteményeket, amelyeket az állam hoz létre és tart fenn, tehát az adónkban már kifizettük és folyamatosan fizetjük a létrehozás és a működtetés ennek költségeit. Mégis az igénybevételt az árak (belépőjegy, részvételi díj) „szabad” emelésével minden további nélkül piaci alapra lehet és szokták helyezni. Az összevetésnél azt is meg kell gondolni, hogy oktatás esetében teljesen elfogadott álláspont, hogy működése közvetlenül hat egy ország, egy társadalom versenyhelyzetére (persze sok másra is). De mi a helyzet a kultúra értékelésével? Szoktuk ugyan mondani, hogy a kulturális ismeretek ugyanúgy hatnak a piaci versenyben való eredményes szereplésre, mint egy jó minőségű oktatás (miközben persze EMBERRÉ is tesznek), de ez az, amit nehéz bizonyítani.
- Az utóbbi évtizedben nagyot változott a kultúráközvetítés, kultúrafogyasztás „technikai” háttere is. Az elektronika szédületes lehetőségei az egész világon megváltoztatták, megváltoztatják, az emberek közti kapcsolatokat. Nemcsak helyileg, hanem globális méretekben is. Sőt egyesek a nemzeti keretekben létező társadalmakkal szemben a „hálózati” társadalmakat tartják kívánatosnak, amelyek kulturális fundamentumukat tekintve értelemszerűen eltérnek a hagyományosnak mondott létformáktól, amelyek egyesek szerint itt Kelet-Közép-Európában meglehetősen feudális alapszövetűek. Ez praktikusán azt jelenti e gondolatkör képviselői szerint, hogy az ország versenyképessége a globális gazdasági, politikai térben attól függ, hogy ezt az új, számos tekintetben alternatív kultúrát miként lehet hatékonyan „elterjeszteni”. Mások azon a véleményen vannak, hogy mindaz, ami „korszerűnek” van kikiáltva, azok az értékek és az a tudás, ami nap mint nap ömlik ránk a médiumokból, leegyszerűsít, elbutít, engedelmes fogyasztóvá aláz. Ilyen

például a vásárlóközpontok kultúrája. Egyre több a mesterséges (virtuális) társadalmi tér, ahol a játékszabályokat nem a résztvevők alakítják, ők pusztán biológiai díszletei az „előadásnak”. Fellazulnak az „identitásplatformok”, az a szabály, hogy nincs szabály. A veszélyek „elhárításának” leghatékonyabb eszközei a civil társadalomban, a helyi közösségek önszerveződésében, alkotó energiáiban vannak. Ezért a civil társadalom építéséhez szükséges kultúra (ismeret, intézmény) támogatása nagyon fontos, stratégiai cél. Minél inkább „helyben dőlnek el a dolgok”, annál inkább erősödik a közösség identitása, önmagáért érzett felelőssége, hatékonyabb a hatalmi centrumokkal szembeni „megrendelői” magatartás, a (helyi, regionális, országos stb.) hatalom társadalmi ellenőrzése. A korszerű „technikai” lehetőségek megjelenése lehetővé teszi, hogy a nyilvánosság új terei nyíljanak meg, különösen azok előtt a társadalmi csoportok előtt, akik eddig perifériális léthelyzetben voltak. Ez persze elvi lehetőség, de a társadalmi kommunikáció eszközrendszere (világszerte) rohamosan bővült az elmúlt évtizedben.

Eddigi, kultúrával kapcsolatos kutatásaink során a szakmai vitákban kikristályosodó kérdéskörök alapján két olyan problémahalmazra kérdezzük rá folyamatosan, amely a piac működése által is nagymértékben determinált. Egyrészt a kulturális javakhoz való hozzáférés lehetőségét, a kultúráközvetítő intézményrendszer kihasználtságát és a kultúrafogyasztás szerkezetét, illetve a különböző társadalmi csoportok ízlésvilágát, kulturális orientációját (igényeit), másrészt a magyar társadalom szociális szerkezetét szabályzó magatartás- és értékrendjét tartjuk szükségesnek vizsgálni.

#### Irodalom:

Antalóczy Tímea–Füstös László–Hankiss Elemér (szerk., 2009): (Vész)jelzések a kultúráról. Budapest, MTA PTI.

Antalóczy Tímea–Füstös László–Hankiss Elemér (szerk., 2010): Mire jó a kultúra? Budapest, MTA PTI.

Barrow John D. (1998): A művészi világegyetem. Budapest: Kulturtrade Kiadó.

Bauman, Zygmunt (2002): Globalizáció. A társadalmi következmények. [Bp.], Szukits Könyvkiadó, 2002.

- Bayer József(2000): Modernitás és globalizáció. =Állandóság a változásban. Tókei Ferenc születésnapjára. Bp., Politika+Kultúra Alapítvány, 41-57. l.
- Bourdieu, Pierre (1984): Distinction. Cambridge: Harvard University Press.
- Csányi Vilmos (2005): A kultúra elvesztette arcát. Budapest: Ulpius Ház.
- Dessewffy Tibor – Hammer Tibor: A fogyasztás kísértete. Replika 26. szám
- Eliot, T. S. (2003): A kultúra meghatározása. Budapest, Szent István Társulat.
- Földényi F. László (2008): Búcsú a műveltségtől. In: Az ész álma. Pozsony, Kalligram.
- Gans, Herbert (1998): Népszerű kultúra és magaskultúra. In: Wessely Anna (szerk.): A kultúra szociológiája. Budapest: Osiris–Láthatatlan Kollégium, 114–149.
- Gombár Csaba—Hankiss Elemér—Lengyel László—Szilágyi Ákos (2000): A kérdéses civilizáció. Bp., Helikon—Korridor.
- Hankiss Elemér (1989): Kelet-európai alternatívák. Bp., Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Hankiss Elemér (1999): Proletár reneszánsz. Tanulmányok az európai civilizációról és a magyar társadalomról. Bp., Helikon Kiadó, 1999.
- Harsányi László(2000): A magyar kulturális szféra makrogazdasági jellemzői. In: Daubner Katalin—Horváth Sándor—Petró Katalin (szerk.): Kultúra-gazdaságtani tanulmányok. Bp., Aula Kiadó, 155-166. p.
- Harsányi László (1989): A modern kultúrafinanszírozás. =Kultúra és Közösség 1. sz. 135-139. p.
- Harsányi László (1985): Új helyzetek - új megközelítések (Lidérces mennyország) Győr: Bartók Béla Megyei Művelődési Központ.
- Harsányi László(2004): Otthonülők az élménytársadalomban (A társadalom ruhája – Állami kultúratámogatás Magyarországon 1993-2003)
- Hidy Péter (2001): Közművelődés [az ezredfordulón]. In: Enyedi György (szerk.): Magyarország az ezredfordulón. Országtanulmány. Bp., CEBA Kiadó, 484-505. p.
- Kapitány Ágnes — Kapitány Gábor (2000): Látható és láthatatlan világok az ezredfordulón. Bp., Új Mandátum.
- Kuti Éva – Marschall Miklós (1985): A kultúra finanszírozásának egyes dilemmái, Budapest: Művelődéskutató Intézet.
- Ridderstrale, Jonas – Noordstrom, Kjell A. (2001): Funky business KJK KERSZÖV.
- Somlai Péter (szerk.) (1992): Értékrend és társadalmi kulturális változások. Bp., ELTE Szociológiai Intézet.

Szelényi Iván (1996): A posztkommunista társadalom szerkezetének változásai. A menedzseri uralom elméletének újragondolása. =Magyar Tudomány. 4. sz.

Toffler, Alvin (2001): A harmadik hullám. Typotex, Budapest.

Valuch Tibor (2001): Magyarország társadalomtörténete a XX. század második felében Bp., Osiris Kiadó.

Veres Péter (1940) Mit ér az ember, ha magyar? Levelek egy parasztfiúhoz. Budapest: Magyar Élet.

Vitányi Iván (1983): Vitairat a mai magyar művelődésről. Budapest, Gondolat.

Vitányi Iván (1997): A magyar társadalom kulturális állapota. Budapest, Maecenas.

Vitányi Iván (2006): A magyar kultúra esélyei Bp. MTA Társadalomkutató Központ.

Watson, Richard (2008): Jövő-dossier. Bp.: HVG Könyvek.