

Tartalom

Mi az ár és mi az érték, hogyan függenek ezek össze, és mennyiben különböznek, miképp távolodhatnak el egymástól? Az árat befolyásoló sokféle tényező, a használati és befektetési kereskedés, és amikor azzal mérjük valaminek az értékét, hogy hogyan teljesít a piacon. A kultúra piaci értékelése, annak előnyei és hátrányai. (Az értékekről egy külön téma szól, róluk részletesebben lásd ott.)

Megjegyzés

10 oldal, 3000 szó, és elég jól érthető. Nem túl lényegi téma, de van benne azért pár tanulság: például, hogy az ár és az érték két különböző dolog; hogy az árat mennyi minden befolyásolja; vagy a befektetési kereskedelem sajátosságai. Továbbá a kultúrával kapcsolatban mondottaknak is megvan a relevanciájuk.

Ár és érték

(Azonosító: 088; Változat: 01)

Pozíció a műben

Előszó

A világ működése

Bevezetés

Elvek

Alapok

Élet

Elme

Ember

Társadalom

Csoportok

Politika

A gazdaság elmélete

Versengés és együttműködés

Racionalitás és önzés

Iparizált világunk

Tulajdon

Preferenciák és hasznosság

A piac alapjai

A piac előnyei

A piac elvi korlátai

A piac gyakorlati hiányosságai

Ár és érték

Specializáció és standardizáció

Gazdaságpolitika, makroökonómia

Közgazdaságtan

Pénz és hitel

Értékteremtés

A gazdaság gyakorlata

Kultúra

Etika

Egység

Program

Az ember élete

1. Ár és érték.....	2	—
1.1. Fogalmak, és az értékről a legfontosabbak.....	2	
1.2. Az ár és érték összefüggése.....	3	1
1.3. Az ár és érték kettőssége.....	4	
2. Ár.....	5	—
2.1. A piaci árat, a keresletet és kínálatot befolyásoló tényezők.....	5	
2.2. A használati és a befektetési célú kereskedés és az ár.....	6	2
2.3. A piaci értékmérés.....	8	
3. A kultúra piaci értékelése.....	9	—
3.1. A kultúra speciális árucikk.....	9	
3.2. A kultúra piaci értékelésének előnyei.....	10	
3.3. Hátrányok.....	10	3

1. Ár és érték

1.1. Fogalmak, és az értékről a legfontosabbak

Az ár és érték két külön dolog:

1) Ár

Az ár azt jelenti, hogy valami mennyibe kerül.

2) Érték

Az értékek általában véve a világ megbecsülendő, érvényesítendő dolgai. Hogy konkrétan mely dolgok ezek, azt én a boldogságon keresztül határozom meg: érték az, ami boldogságot okoz, illetve lehetővé teszi vagy elősegíti a boldogságot. Egy dolog értéke pedig annál nagyobb, minél több boldogságot okoz, tesz lehetővé vagy segít elő.

Hogy értem azt, hogy az értékek „**érvényesítendő**”? Úgy, hogy ha valaki értéknek tekinti, mondjuk a szabadságot, akkor azt szerinte terjeszteni, érvényesíteni is kell a világban, nemcsak megbecsülni. Mi az, hogy az értékek boldogságot okoznak, lehetővé teszik, elősegítik azt? **Boldogságot okoz** például egy szép festmény, mert az embereket örömmel tölti el annak látványa. Ugyanakkor az, hogy létezik elme, **lehetővé teszi a boldogságot**, az elme az ugyanis, ami a boldogságot érzi. Végül, például a jóság egy olyan dolog, ami **elősegíti a boldogságot**: ekképp érték tehát a festmény, az elme és a jóság.

Az értékekről egy külön téma szól.

További említést érdemlő pontok belőle:

- **A legtöbb dolog értékét nem lehet objektívan megállapítani.**
- Az **értékítélet** és a **nimbusz**. Az előbbi az, hogy egy ember mennyire tart értékesnek valamit; az utóbbi pedig, hogy a társadalom mennyire tart értékesnek egy dolgot.
- Mi adja egy **ember értékét**?
- **Eszmények**: azok a dolgok, melyeket valaki az általuk okozott boldogságára való tekintet nélkül értéknek tekint – és hogy szerintem, mivel az érték a boldogságból fakad, nincsenek eszmények.
- **Az értékek változatossága és változékonysága**
- **Az érték, értékítélet és nimbusz, illetve, hogy mi mekkora boldogságot okoz valakinek, az nem kis részben a címkéktől, illetve kívülről ered.** (Címke az, amivel az emberek jellemeznek egy dolgot, amiként tekintik azt; egy festménynek az egyik címkéje például, hogy ki festette. Lásd ez ügyben a 'Címkék, szerepek, identitások' témát. Kívülről erednek a felsoroltak, ha velük kapcsolatban az embert befolyásolja a többi ember, a társadalom.)
- **Az értékítéletek szubjektivitása és relativitása.** (Ezek elsősorban a következőket takarják: **szubjektivitás**: az emberek gyakran egymástól eltérően vélekednek a dolgok értékéről; **relativitás**: hogy az emberek értékítéletét azért gyakran nagyban befolyásolják mások.)

Lásd továbbá itt alább a piaci értékről mondottakat, valamint az 'Értékteremtés' témát is.

1.2. Az ár és érték összefüggése

Ami értékes, az gyakran többre is kerül; másfelől pedig, ha valami drága, annak az emberek nagyobb értéket is tulajdoníthatnak, az ár növelheti az értéket.

1) Az érték hatása az árra

Azt nem kell sokat magyarázni, hogy az értékeket, a megbecsülendő, boldogságot okozó dolgokat az emberek keresik, gyakran fizetnek is értük – ami növeli az értékes dolgok árát.

2) Az ár hatása az értékre

Illetve az értékítéletre. Az ár az áru egyik címkéje: ha valaminek magas az ára, arra az emberek hajlamosak úgy tekinteni, hogy többet is ér, értékesebb. Az ár tehát hatással van az emberek értékítéletére, ezen keresztül pedig az értékre magára is, mivel jobban is örülnek egy általuk értékesnek tartott dolognak.

Megjegyzem, az **árucikkek címkéi** az árat is befolyásolják. Ilyen címke nemcsak az ár lehet, hanem többek között, hogy márkás-e az adott cikk, hol gyártották, géppel vagy kézzel

készült-e – és ha valami kézzel készült, márkás, stb... azért többet kérhetnek, többet is megadnak. Az árucikkek címkéiről lásd az ‘Érdekes gazdasági jelenségek’ témában, azt is, hogy megvan a lehetőség a tőlük való elvonatkoztatásra is. Figyeljük meg továbbá, hogy **a címkék mind az árat, mind az értéket β befolyásolják.**

Említést érdemel még, hogy **a magasabb ár, az ár növekedése növelni is képes a keresletet**, több okból is. **1)** Ami az előbbieket illeti: ami drágább, azt értékesebbnek tekinthetik – és emiatt jobban is kereshetik. **2)** Ha az emberek arra spekulálnak, hogy az áremelkedést további áremelkedés fogja követni, érdemes tehát az adott cikkbe fektetni. Valamint **3)** Lásd a ‘Preferenciák és hasznosság’ témában az úgynevezett Giffen javakat. (@@Eszembe jutottak még itt a luxuscikkek illetve státuszszimbólumok. Ezek viszont szerintem besorolhatóak az 1-es pontba, merthogy aki ilyeneket keres, az egyben értékesnek is tartja őket. Jól mondom?)

1.3. Az ár és érték kettőssége

Lássuk most, mik távolítják el egymástól az árat és az értéket.

Először is, vannak **dolgok, melyeknek nincs áruk** – értékük viszont annál inkább; mint például a napfény vagy az ember. Az ilyesmikkel nem kereskednek, mégis boldogságot okoznak, lehetővé teszik, elősegítik azt.

Ám az ár azoknál a dolgoknál sem mindig fedi azok értékét, amelyeknek **van áruk**:

- Például mert **a vásárlók „a forintjaikkal szavaznak”**, a gazdagok igényeinek, boldogságának nagyobb a súlya az ár meghatározásában.
- Alább látni fogjuk, hogy **a dolgokat** nemcsak használati, hanem **befektetési céllal is keresik** – és emiatt az áruk igencsak el tud szakadni a használati kereslet által indokolttól.
- **A keresleti és kínálati görbe**, az ár és az érték

E görbékről részletesebben lásd ‘A piac alapjai’ témában. A **keresleti görbe** azt mutatja, hogy az emberek összességükben milyen áron mennyit keresnek egy adott jószágból, ami rendszerint egy jobbra lefelé lejtő görbét ad. Ebből elvileg lehetne képezni egy „átlagos keresleti árat”, mint az értéknek egy becslését – azonban egyfelől már a keresleti görbét sem pusztán az jelöli ki, hogy az adott áru mennyi boldogságot okoz a fogyasztóknak, hanem például az utóbbiak anyagi helyzete is; másrészt az árat a kereslet nem egyedül, hanem a kínálattal együtt határozza meg.

Közelebbről, a **kínálati görbe** általában jobbra felfelé ível, egy pontban metszi a keresleti görbét, és ennek a pontnak a két koordinátája adja meg az egyensúlyi (piaci) árat és mennyiséget. A kínálat ugyancsak el tudja téríteni az árat az értéktől: különösen, vannak dolgok, melyeknek rengeteg boldogságot köszönhetünk, mégis egészen olcsók, mint például az ennyivaló vagy a ruha – ezekből ugyanis bőséges a kínálat, normál körülmények között legalábbis.

Más dolgok, így a luxuscikkek nem adnak túl sok boldogságot, vidáman meg lehet lenni nélkülük is – mégis drágák, mert részben a költségeik miatt, részben meg szándékosan drágán adják őket, illetve mert vannak, akiknek annyi pénze van, hogy így is megveszik azokat.

A (piaci) ár tehát nem feltétlen tükrözi a dolog értékét. Lásd ehhez még itt mindjárt, hogy mennyi minden van hatással az árra, a keresletre és kínálatra. (Többek között, hogy előfordul, hogy nem is a kereslet és a kínálat szabja meg az árat, hanem mondjuk az állam.)

2. Ár

Az árral kapcsolatban a legfontosabb a **piaci ár**, melyre már utaltam. A piaci árról és egyensúlyról tehát ‘A piac alapjai’ témában lehet bővebben olvasni. **Lásd** még ott többek között a piaci ár egyértelműségét és egységességét is, továbbá azt is, amikor az ár nem a piacon alakul ki, hanem alku kérdése vagy árverés során határozódik meg.

Lássuk, mi mást lehet még elmondani az árral kapcsolatban.

2.1. A piaci árat, a keresletet és kínálatot befolyásoló tényezők

A lényeg, hogy ilyenből sok van.

Például:

- **Az ízlés, a divat, a marketing:** hogy mennyire tetszik az adott dolog az embereknek, mennyire keresik azt maguktól vagy különféle hatások által befolyásolva
- **Technológia, termelői kapacitás:** mennyibe kerül az adott dolgot előállítani, mennyit lehet belőle termelni
- Az alább tárgyalt **befektetési kereskedés**

- A **piacszerkezet**: például, ahogy a monopóliumok felnyomják az árakat
- **Állami beavatkozás**: adók, árszabályozás, jogszabályok, gazdaságpolitika, politika

Először is, az **adók**, például az ÁFA, jelentősen befolyásolhatják az árakat, ez nem túl meglepő. Aztán, az **árszabályozás** extrém eseteiben az állam önkényesen, akár a kereslettől-kínálattól függetlenül is megszabhatja az árakat, hatósági árat alkalmazhat. A **jogszabályok** azonban közvetettebb módon is hatással vannak az árakra, gondoljunk mondjuk a bevándorlás korlátozására, amitől drágább lehet a munkaerő, így az árucikkek is. A **gazdaságpolitikai** beavatkozások szintén az árakban csapódhatnak le, mondjuk, ha alacsonyan tartják a kamatokat, az olcsó hitelek áremelkedést, inflációt okozhatnak. Végül, a **politikai** lépések is jelentősen befolyásolhatják az árakat, mondjuk, ha egy ország háborúba keveredik, több hadi és kevesebb fogyasztási cikket termel, lerombolják a gyárait, stb...

- **Nemzetközi gazdasági folyamatok, fejlemények**

Így a globalizáció, melynek során a termelés az olcsóbb munkaerőt kínáló országokba költözik, miáltal az áruk is olcsóbbakká válnak; vagy mondjuk, ha kipattan valamilyen konfliktus az olajtermelő vidékeken, mire fel drágább lesz az olaj.

- **Időjárás, szezonális**

Az időjárás nagyban hat többek között a mezőgazdasági termelésre; ami pedig a szezonálisitást illeti, gondoljunk a turizmusra, az elő-, utó- és főszezonra, azok eltérő áaira.

Végigtekintve a **tényezőkn** láthatjuk, hogy vannak köztük **természetiek és társadalmiak**; valamint olyanok, amelyek **magán-**, és amelyek **közérdekből** hatnak az árakra.

A dolgok ára tehát, kitéve mindezen tényezőknak, **meglehetősen esetleges**.

Kérdés lehet még, hogy valaminek mennyi a „**reális ára**”, ami fel-fel szokott vetődni az emberben. Nos, a válasz leginkább a piaci ár lehet, de akárhogy is, hogy éppen mi mondható reálisnak, az a körülmények függvénye.

2.2. A használati és a befektetési célú kereskedés és az ár

A dolgokkal alapvetően két céllal kereskednek:

1) Használat

Mint amikor veszek egy vekni kenyeret és megeszem.

2) Befektetés

Például, amikor valaki aranyrudat vásárol. Ilyenkor az a cél, hogy a vagyonunkat tároljuk, kamatoztassuk az adott dologban, amíg fel nem akarjuk szabadítani, másra nem akarjuk fordítani azt.

A kép azonban, mint oly gyakran, most sem ennyire tiszta, **a két cél** ugyanis **keveredhet is** egymással. Például ha veszünk egy lakást, abban egyfelől lakhatunk, másrészt a vagyonunk is tárolódik benne, később eladhatjuk, és másra fordíthatjuk az árát. Illetve valakit az is

boldoggá tehet, hogy mekkora vagyonnal, mennyi befektetéssel rendelkezik, így ebben az értelemben „használja” is a befektetéseit.

Melyek a **tipikus befektetési javak**? Például az arany, az értékpapírok, a műtárgyak és az ingatlan.

Miket lehet róluk elmondani?

Először is, vannak köztük úgynevezett **menedék javak**, melyek jellemzően biztosabban megőrzik a beléjük fektetett vásárlóerőt, kedvezőtlen körülmények között is. Ilyenek az állampapírok és mindenekelőtt az arany. **Más befektetési javakat** inkább a nyereség reményében keresnek, tipikusan ilyenek a részvények.

Másodszor, **korlátozott a kínálatuk**: sem aranyat nem bányásznak túl sokat, a befutott festők művei sem gyarapodnak túlságosan, és állampapírt sem bocsátanak ki nyakló nélkül, legalábbis ameddig ésszel kezelik a pénzügyeket. Nyilván, mert ha valamiből megnő a kínálat, akkor csökken az ára, nem őrzi meg a belé fektetett vagyont.

Illetve kétséggé válik, hogy a súlyosan eladósodott állam képes-e visszafizetni az adósságát.

Továbbá a befektetési javak **fizikailag nem romlékonyak**, például az arany sem korrodálódik, ami jó a vagyon megőrzésének szempontjából. Valamint gyakran **használat céljából is keresik őket**: az aranyat azért is, hogy viseljék, a részvényeket azért is, hogy irányítást szerezzenek egy vállalatban, az ingatlanokat pedig, hogy lakjanak bennük.

A befektetési javak árának jellemzői:

○ Pszichológiai tényezők

Ahogy a ‘Részvények, tőzsde, spekuláció’ témában olvasható, különösen a részvények esetén olyan tényezők is jelentős szerepet játszanak az ár alakulásában, mint a lelkesedés és a pánik, illetve hogy ki mit gondol, merre fog elmozdulni az ár. Lásd még ehhez a ‘Gazdasági válságok’ témában az árbuborékokról írtakat.

○ A gazdasági helyzet eltérő hatása

A menedék javak és a többi befektetési jószág ára jellemzően egymással ellentétesen mozog a gazdasági helyzet függvényében. Válság idején megnő a kereslet a biztonságos befektetések iránt, különösen jellemző az arany drágulása – a

kockázatosabb javak ára viszont csökken, gondoljunk különösen a részvényekre, a tőzsdekrachokra.

○ **Bizonytalanság**

Láthatjuk tehát, hogy a befektetési javak ára meglehetősen bizonytalan, még a menedék javaké is ingadozik.

○ **Az ár elszakadása a használati kereslet által indokolttól**

Ha az aranyat csak azért vennék, hogy viseljék, a részvényeket, hogy legyen egy vállalatuk, akkor egészen más lehetne az áruk, mint úgy, hogy befektetési célból is kereskednek velük. De sok minden másnak az árára is hatással vannak a befektetők, a spekuláció: legyen az ingatlan, valuta vagy akár élelmiszer. (@@Jó példák ezek? Más példák?) Közben pedig azok, **akik használat céljából keresik ezeket**, jelentős áringadozásokat kénytelenek elviselni, **ki vannak szolgáltatva a befektetési kereskedelem hatásainak.**

* * *

Megjegyzem még, hogy **ára** nemcsak a kézzelfogható dolgoknak, hanem **jogoknak is van**, gondoljunk például a horgászengedélyre és annak éves díjára, amivel nem halat veszünk, csak jogot arra, hogy horgászhasunk. Mi több, ahogyan a 'Tulajdon' témában olvasható, ha egy kézzelfogható dolog a tulajdonunkban áll, az valójában annyit tesz, hogy bizonyos jogokkal rendelkezünk, és amikor eladjuk a dolgot, akkor ezeket a jogokat adjuk át a pénzért cserébe. Ekképp tekintve tehát valójában mindig csak jogokkal kereskedünk, áruk is csak jogoknak van – értéke azonban másnak is, minthogy nemcsak jogok képesek boldogságot okozni.

2.3. A piaci értékmérés

Ez kétféleképpen szokott felmerülni:

1) „Egy dolognak annyi az értéke, amennyit fizetnek érte”

Van, aki így gondolja; és valóban, láttuk, hogy ár és érték között szerintem is van összefüggés – másrészt azonban láttuk azt is, hogy hogyan tudnak elszakadni egymástól.

Többek között a kultúrával kapcsolatban jellemző, hogy azt mondják, ha nincs kereslet valakinek a művészetére, akkor az értéktelen, nem is kell támogatni. Erről részletesebben alább.

2) „A piaci érték”

Ami általában nem ugyanaz, mint az általános értelemben vett érték. Egy dolog piaci értéke egyenlő az árával, lényegében az árnak adunk egy másik nevet – anélkül azonban, hogy azt mondanánk, a dolognak általában véve is annyi az értéke, amennyi az ára.

Mi szükség van erre a másik névre? Annyi, hogy hangsúlyozni szeretnénk vele, hogy ha létrehozunk valamit, amit jó pénzért el lehet adni, azzal hasznosat teszünk, hasznosul a befektetett munkánk, „értéket” teremtünk, adunk hozzá a világhoz.

Továbbá, az általában vett értékkel szemben az árnak, a piaci értéknek megvan az a jó tulajdonsága, hogy **egyértelműen mérhető, könnyen lehet számolni vele**. A piaci értéket egyébként elsősorban az ‘Értékteremtés’ témában fogom még emlegetni.

Lásd végül a munka áráról és eredményéről mondottakat, ugyancsak az ‘Értékteremtés’ témában; valamint az inflációt a ‘Gazdaságpolitika, makroökonómia’ témában.

3. A kultúra piaci értékelése

A kultúra egyfelől értéket képvisel, másrészt az emberek kulturális termékeket, könyveket, zenéket vásárolnak, koncertekre járnak, stb... – a kultúrának tehát ára is van. Lényeges kérdés, hogy elég-e, ha a kultúra a piacból él, ahogyan történik az sok más árucikk esetén, illetve mekkora létjogosultsága van a kultúra ezen túlmenő támogatásának. Itt ezt vizsgáljuk meg röviden.

3.1. A kultúra speciális árucikk

Több szempontból is.

- A kultúra **az emberek elméjét műveli**, melyen keresztül **jelentős hatással van** az életükre, viszonyaikra és a világra is. A kultúra fontos társadalmi és politikai szereppel is bír, **kohéziót biztosít**, segít összetartani a társadalmat, a különféle csoportokat. (Lásd erről ‘A kultúra és az ember’ témában.)
- A különféle alkotások, alkotók **megítélését sokféle tényező befolyásolja**, így például a marketing és a hírnév, valamint politika, ahogy az egyes politikai oldalaknak megvannak a maguk kedvelt alkotói. Lásd ezekről ‘Az alkotások megítélésének tényezői’ témában. Ugyanott lehet olvasni a változó időkről, **a kulturális alkotások értékváltozásáról és értékállóságáról**.
- Utaljunk **az ízlések változatosságára**, illetve korszakról-korszakra tekintett **változékonyságára** is.
- Lásd aztán a **médiáról** és a **szórakoztatóiparról** az ‘Érdekes kulturális jelenségek’ témában írtakat.

- Sokféle kulturális alkotás, minthogy tulajdonképpen nem más, mint információ, **könnyen másolható, sokszorosítható** – ami egy ideig az eladóknak kedvezett, újabban azonban különösen az internet változásokat hozott ez ügyben.
- Emlékezzünk a **műtárgyak befektetési célú kereskedelmére** is.
- Végül, a kultúra annyiból is speciális, hogy **előállításában fontos szerepet játszik a szív és a beleérzés** – ellentétben sok más, prózaibb árucikkkel.

3.2. A kultúra piaci értékelésének előnyei

Mi a jó van abban, ha a kultúrát a piacra bízunk?

- **Automatikus árazás, értékelés**

Nincs szükség tehát arra, hogy eldöntsük, melyik alkotás mennyit ér, kinek mennyi pénzt adjunk, a piac automatikusan elvégzi ezt.

- **Az igények kielégítésére ösztönöz**

A fogyasztók pedig így azt kaphatják, ami tetszik nekik. Ez is fontos szempont – lásd azonban alább, hogy a piac nem törekszik arra, hogy művelje a népet.

- **Objektivitás és pártatlanság**

Vagyis a piac ítélete nincs kitéve egy-egy ember vagy bizottság szubjektivitásának, részrehajlásának, korrupciójának – ami távolról sem példa nélküli, amikor nem piaci körülmények között értékelik az alkotókat, osztják el a pénzeket. **Másfelől azonban, a szélesebb közönség ítélete sem túlságosan objektív**, ők is megannyi hatásnak vannak kitéve, a saját kultúrájuktól kezdve, a divathullámokon át, a marketing befolyásáig.

Hogy mennyiben lehet objektív módon megítélni a műveket, azok minőségét, **lásd** ‘A minőség felismerése a művészetben’ témában.

3.3. Hátrányok

Mi a rossz oldala a kultúra piacosításának?

- **A piaci ár torzítottsága a kultúra esetében**

Számos tényezőre utalhatunk itt: először is arra, hogy **a piac nem veszi figyelembe a jelen nem lévő igényeket**, illetve ahogy **a jelen emberei potyautaskodnak a régieken**. Így a klasszikussá váló művek alkotóit a saját koruk piaca nem díjazza azért a keresletért, amit

majd a későbbi korok emberei támasztanak a műveik iránt – utóbbiak pedig ingyen kapják e műveket.

Lásd aztán fentebb a **politika, a hírnév, a divat és a marketing** szerepét az alkotások megítélésében. Egyebek mellett ezek a tényezők is **jelentős hatással vannak** a kulturális javak iránt támasztott **keresletre és a piaci árra**, torzítva azokat az emberek eredeti igényeihez, a művek objektív megítéléséhez képest.

Idézzük fel továbbá a **befektetési kereskedelmet**, amikor a befektetőknek lényegében csak az számít, hogy később minél magasabb áron tudják majd eladni a megvásárolt műtárgyakat, és hogy ez nagymértékben képes befolyásolni az árakat.

Végül pedig ne feledkezzünk meg **azon dolgokról, melyeknek bár értékük van, áruk nincs**, mivel nem kereskednek velük.

● **Olyan dolgoknak is lehet haszna, értéke, melyekre adott időben nincs elegendő kereslet.**

Így:

○ **Népművészet, egy nemzet, kultúra saját alkotói**

Ezek egyrészt összetartják a társadalmat, másrészt hozzájárulnak a világ sokszínűségéhez. Lásd a 'Globalizáció' témában, ahogyan annak során, a technológia és a piac közreműködésével a kultúra is globalizálódik, a helyi alkotók kiszorulnak, a kulturális sokszínűség pedig csökken.

○ **Klasszikusok, minőségi alkotások**

Melyek, bár ki tudnak menni a divatból, azért jellemzően időtállóak, és vélhetően a jövőben is lesz rájuk igény – ezért kár volna veszni hagyni őket, amikor éppen kevésbé kellene. Lásd ehhez és az előzőhöz a 'Szélmegoldások' témában a dolgokat, melyek, ha elvesznek, örökre elvesznek.

○ **Újdonságok**

Az új alkotóknak, előadóknak rendszerint eltart egy ideig, amíg kinövik magukat, valóban eredetit, minőséget tudnak alkotni, illetve befutnak. Jó tehát, ha lehetőséget kapnak a kísérletezésre, fejlődésre, bemutatkozásra, amit nem árt kellő mértékben támogatni is.

○ **Nagyszabású alkotások**

Mint mondjuk a piramisok vagy a moszkvai metró. Ilyenekből vélhetőleg lényegesen kevesebb született volna, ha a kortársak széleskörű véleményén múlt volna, ha a hatalom ki nem sajátította volna magának a termelőerők nagy részét. Utóbbi persze önmagában nem túl szép dolog – hosszú távon azonban az ily módon létrejött alkotások is jelentős értéket képviselhetnek.

Ide kapcsolódik a szív és eredetiség újabban tapasztalható visszaszorulása, a technika és látvány felértékelődése a tartalommal szemben, melyekről az 'Érdekes kulturális jelenségek' témában lehet olvasni. Lásd még ott a költséghatékonyság biztosításának igényét is.

● **A piac nem törekszik arra, hogy művelje a népet**

Hanem azt adja nekik, amit keresnek, illetve a saját érdekei szerint próbálja befolyásolni a keresletet. (Például, ha csak

középszerű előadók vannak a színen, akkor megpróbálja azokat eladni a népek.) Persze azon is el lehet vitatkozni, hogy mennyire kell művelni a népet; lásd erről ‘A kultúra és az ember’ témában.

Láthatjuk tehát, hogy a piacnak a kultúra vonatkozásában is megvannak az előnyei és hátrányai. A tanulság annyi, hogy **a kultúra ápolását sem tanácsos teljes mértékben a piacra bízni – viszont a piac nyújtotta előnyöket sem érdemes elvesztegetni**: ez ügyben is a körülményeknek megfelelő, közbenső megoldást kell keresni.



Nem baj, ha nem teljesen olvastál el egy témát, véleményed akkor is nyugodtan elküldheted róla. A kérdőívven külön tudod jelezni, hogy mennyire mélyedtél el benne. Ezen kívül minden kérdésénél választhatod, hogy arra éppen nem tudsz, vagy nem szeretnél válaszolni.

Klikkelhető linkek (Word-ben a Ctrl-t nyomni közben):

[Kérdőív](#) – [Fórum](#) – [Email](#)

Valamint, ha tetszett, oszd meg ezt a témát a Facebook-on.

Klikk a gombra (Word-ben a Ctrl-t nyomni közben):

