

Kreativitet er den nye økonomien

AV RICHARD FLORIDA

FOTO: CREATIVECLASS.COM



Florida 10 år etter. Få har endret vår måte å tenke kultur og samfunn på mer enn Richard Florida. Få har vært så omstridt og debattert.

AV **ESBEN HOFF**

Da den amerikanske samfunnsgeografen og professoren Richard Florida lanserte begrepet Den kreative klassen i sin bok med samme tittel i 2002, skapte han samtidig en helt ny forståelse for hvordan kreativitet påvirker og former vår økonomi gjennom nye jobber, nye næringer, nye vekstområder og nye muligheter. Ikke bare i USA men over hele den industrialiserte verden.

Mange, inklusive denne redaktøren, slukte Floridas budskap rått, for her var det endelig en som koblet vårt felt – kultur – til utviklingen av hele samfunnet, som viste av kultur former og påvirker i stor skala og slik også var en økonomisk kraft som gjorde vårt felt helt sentralt i samfunnsutviklingen.

I boka *The Rise of the Creative Class: And How Its Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* lanserte han tesen som de tre T'er: Teknologi, Talent og Toleranse. Hvor høy man er på disse tre T'ene er helt avgjørende for tettheten av kreative mennesker og dermed innovasjon og utvikling. De byene og regionene som ønsker å ligge i tet her må derfor ha en godt utviklet teknologisk kompetanse, et høyt antall kunnskapsrike og ressurssterke mennesker samt toleranse og mangfold.

Den kreative klassen krever pulserende og levende kultur på gatenivå, aktiv rekreasjon, autentisk miljø, nyskaping, utfordring og mangfold. Florida har basert sin forskning på omfattende kvantitative analyser av alle større byer i Nord-Amerika og Canada. Denne matematiske og systematiske tilnærmingen har gitt Floridas analyser tyngde og legitimitet.

Var Floridas teorier relevante for Norge? Ble vi påvirket? Uten at det ble uttalt noe sted

er det jo nærliggende å tro at flere sentrale politikere, som Ap's tidligere kulturminister, nå næringsminister Trond Giske, lot seg inspirere da han var en av hovedarkitektene bak både Kulturløftet og Kulturloven. Giske hadde aldri klart å få gjennom en så dristig satsing dersom ikke Stoltenberg og finansministeren så nytten og den instrumentelle effekten av å bruke så mye penger på kultur!

Samtidig er han omstridt og kritikerne har særlig de siste årene kommet på banen i Norge. For etter hvert ble det klart at den faktiske anvendelsen av Floridas teorier var begrenset. ... *Floridas perspektiv er først og fremst relevant for hovedstedene og i noen grad andre større byer i Norden*, skrev professor Arne Isaksen ved Universitetet i Agder i en artikkel i Stat og Styring. ... *hans tenkesett må ikke uten kritisk vurdering legges til grunn for utforming av politikk i Norge*, skriver han videre. Isaksen mener at Floridas teorier ikke kan brukes på byer under 100.000 innbyggere, som er det Norges har flest av, men vi har foreløpig bare fire over: Stavanger, Oslo, Trondheim og Bergen.

Samtidig er det verdt å merke seg at Norge også har forandret seg radikalt i løpet av disse 10 årene: industriarbeidsplassene er blitt færre, tjenesteyting har økt, kreative næringer har økt, flere tar kreative utdannelse, kultur har mange steder fått en fornyet kraft og selvtilit, kultur og næringsliv samarbeider osv. For eller imot, med eller uten Florida; 10 år etter ser han seg tilbake i sin nye bok er *Rise of the Creative Class Revisited* utgitt i år. Med velvillig tillatelse fra Richard Florida og hans amerikanske forlegger Basic Books bringer vi her et utdrag fra boka. ✕

Kreativitet er den nye økonomien

AV RICHARD FLORIDA

Politikere og sentralbanksjefer har klart å avverge massivt økonomisk kaos slik vi har sett ved tidligere kriser som under den store depresjonen på 30-tallet eller panikktilstandene og nedgangstidene på slutten av det 19. århundret, men det vi nå opplever er ikke en vanlig konjunktursyklus. Det er en enorm strukturell transformasjon tilsvarende, eller kanskje til og med større enn overgangen fra jordbrukssamfunnet til det industrielle samfunn.

To figurer illustrerer dette tydelig. Den første (se neste side) viser sysselsettingen i USA fra 1800 til 2010 på tvers av landets tre store økonomiske epoker: jordbruksepoken fra starten av bosettingen på kontinentet til midten av det nittende århundret, den industrielle epoken fra midten av det 19. århundret til midten av det 20. og den nye kreative epoken fra midten av det 20. århundret og fram til nå. Den andre grafen (se neste side) viser de samme trendene, men her med andel av arbeidsstyrken.

USA ble til under jordbruksepoken. I 1800 jobbet fire av ti amerikanere i jordbruket. Antallet sank til om lag 20 prosent ved midten av 1800-tallet og til om lag ti prosent ved inngangen til 20. århundret. I 1930- og 1940-årene hadde det sunket til rundt fem prosent. I dag er det mindre enn én prosent.

Den industrielle epoken var USAs glansperiode økonomisk sett. Andelen mennesker i arbeiderklassen, eller «proletariatet» som Marx kalte det, vokste voldsomt og nådde mer enn 60 prosent av den amerikanske arbeidsstyrken på 1880-tallet. Den falt ikke under 50 prosent før årene rett etter Den andre verdenskrig da andelen arbeidere begynte å synke sakte, men sikkert, ned til 40 prosent i 1970, 30 prosent i 1990 og rundt 20 prosent i dag. Jobbene i arbeiderklassen omfatter alt fysiske arbeid, inkludert bygg, transport og vedlikehold. Arbeidere som jobber med ren produksjon i fabrikker, utgjør bare seks prosent av arbeidsstyrken, og det forventes at andelen vil synke ytterligere i løpet av det neste tiåret – til om lag fem prosent, det vil si til omtrent samme nivå som antall jordbruksarbeidere under den forrige store krisen på trettitallet.

Det sies ofte at vi nå lever i et post-industrielt informasjons- eller kunnskapssamfunn. Men skiftet er faktisk mer omfattende og

dyptgående enn som så. Marx sa at det som gjorde proletariatet til en universell og revolusjonær kraft var det faktum at arbeiderne var knyttet sammen i et fundamentalt bånd – et felles fysisk arbeid som resulterte i broer, bygninger, jernbaner, biler og så videre. Men kreativitet utgjør et enda tettere bånd. Det er synlig i et hvert barn. Det er det som skiller oss mennesker fra dyr.

I sin anerkjente bok om økonomisk fremgang fra antikken og fram til i dag, *The Lever of Riches*, skiller den store økonomihistorikeren Joel Mokyr mellom 'homo economicus', «som gjør mest mulig ut av det naturen har gitt ham» og 'Promethean homo creativus', «som gjør opprør mot naturens lover». Og nå har kreativitet, det vil si «evnen til å skape meningsfulle nye former» – for å bruke *The Random House Websters Dictionary*s definisjon – blitt både drivkraft for økonomisk fremgang og det viktigste konkurransefortrinnet.

Den kreative tidsalderen har vært preget av fremveksten av to store sosiale klasser. Den første er den kreative klassen, med arbeidstakere innen vitenskap og teknologi, kunst, kultur og underholdning, helse, jus og ledelse – yrker som er tuftet på mental eller kreativ arbeidskraft. Den andre og større klassen er serviceklassen, der medlemmene tilbereder og serverer mat, utfører kontorarbeid og rutinemessige administrative oppgaver, yter hjelp i hjemmet og personlige helsetjenester, utfører vaktmesterarbeid og så videre. Serviceklassen har vokst parallelt med den kreative klassen, og har økt fra 20 prosent av arbeidsstyrken i slutten av forrige århundre og 30 prosent i 1950 til nesten halvparten av arbeidsstyrken – over 60 millioner arbeidstakere – i dag.

Den kreative klassen, som utgjorde mindre enn ti prosent av arbeidsstyrken mot slutten av det 19. århundre og rundt 15 prosent i store deler av det 20., begynte å svulme på 1980-tallet. Siden den gang er det i USA skapt mer enn 20 millioner nye jobber i den kreative klassen. Den kreative klassen, som definerer denne tidsepoken, teller nå mer enn 40 millioner arbeidstakere, eller en tredjedel av arbeidsstyrken. Den genererer over to milliarder amerikanske dollar i lønn, noe som tilsvarer mer enn to tredjedeler av den totale lønnen som utbetales i USA. Om lag sju millioner nye arbeidsplasser vil bli skapt i den kreative klassen i løpet av det neste tiåret, ifølge anslag fra Bureau of Labor Statistics (Byrå for sysselsettingsstatistikk). Medlemmene av den kreative klassen jobber med kompleks problemløsning som krever høy utdannelse og stor grad av selvstendig vurderingsevne. Det er imidlertid interessant å merke seg at den kreative klassen ikke bare er et annet navn for høgskolet-

«Den kreative tidsalderen har vært preget av fremveksten av to store sosiale klasser»

Richard Florida

Richard Florida er for tiden professor ved University of Toronto og New York University og redaktør av *The Atlantic*. Du kan følge ham på Twitter: www.twitter.com/Richard_Florida

dannede. Mens nesten tre fjerdedeler av dem med høyere utdanning tilhører den kreative klassen, har fire av ti av medlemmer ikke høyskoleutdannelse, men de jobber fortsatt med arbeid som per definisjon er kreativt.

Da krisen var på sitt verste i første halvår 2009, var arbeidsledigheten i den kreative klassen på knappe fem prosent, selv om arbeidsledigheten for nasjonen totalt sett bikket over ti prosent og ledigheten for industriarbeidere steg kraftig til over 15 prosent. Arbeidsledigheten i den kreative klassen er i dag på om lag fire prosent, litt under halvparten av antallet for nasjonen som helhet.

Før vi vil klare å komme helt ut av krisen, må vi implementere nye strategier som setter fart i overgangen til den kreative tidsalderen. Vi må fjerne de sentrale støtteordningene som holder den gamle økonomiske orden oppe – subsidier som holder liv i den radbrukne bolig-, bil- og energisektoren – og investere i den nye økonomiske orden. Vi må jevne ut hindringer i overgangsfasen slik at flere arbeidere og amerikanere bringes inn i den nye økonomien.

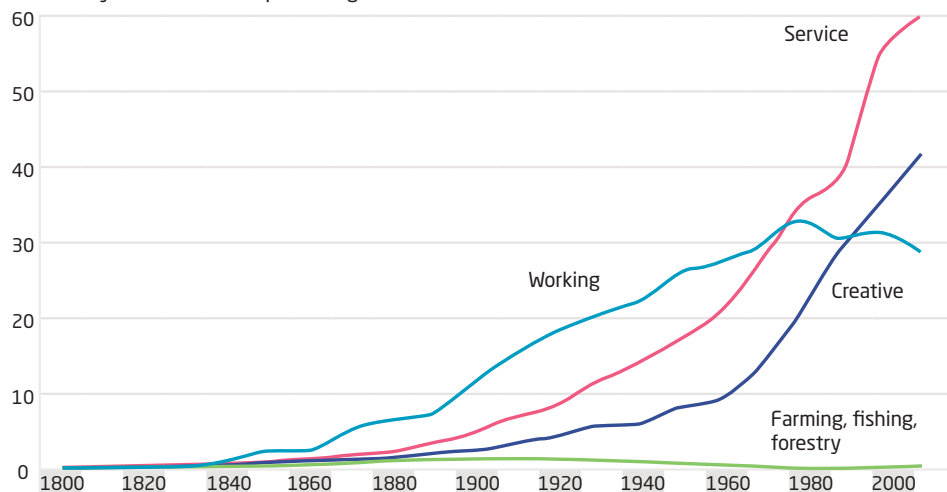
Den kreative klassen selv gjør det bra. Medlemmene har en gjennomsnittslønn på over 70.000 amerikanske dollar. Den store oppgaven er både å øke og forbedre de resterende to tredjedelene av jobbene. Den eneste måten å gjøre dette på er i prinsippet å «kreativisere» dem. Det skjer allerede i avanserte fabrikker som ikke lenger ser arbeiderne utelukkende som en kilde til fysisk arbeid, men som medlemmer av et nyskapende, kunnskapsbasert og problemløsende team. Vi må gjøre det samme for servicenæringen som vi en gang gjorde for industrien.

Vi glemmer innimellom at de industriarbeidsplassene vi i dag higer etter, ikke alltid var så gode arbeidsplasser. William Blake kalte fabrikker så treffende for «Djevlelske møller», og gjennom store deler av den industrielle tidsalderen var arbeidet lavtlønnet, skittent og farlig – og som Marx sa, ville det lede proletariatet til opprør. Vi etablerte en ny sosial kontrakt under New Deal og etter Den andre verdenskrig som endret disse tidligere dårlige jobbene til gode jobber.

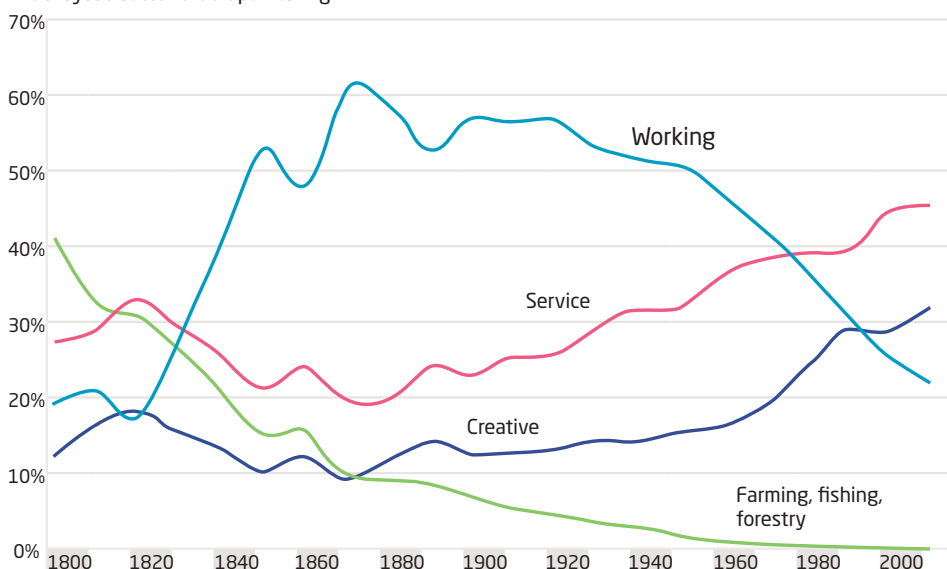
Min egen far, som begynte å jobbe på fabrikk i en alder av tretten midt under den store depresjonen, fortalte ofte hvordan det på den tiden det krevde ni familiemedlemmer – hans mor og far, ham selv og seks søsken – for å skaffe til veie én families lønn. Men da han kom tilbake til den samme fabrikk etter krigen, var lønnen hans økt slik at han kunne kjøpe hus, stifte familie og til slutt betale sine to sønner, broren min og meg, gjennom col-

Syssetningen i USA fra 1800 til 2010

Millioner sysselsatte fordelt på næring



Andel sysselsatte fordelt på næring



lege. Noe av dette skyldtes kollektive forhandlinger, noe skyldtes økt produktivitet.

Vi kan gjøre det samme for de titalls millioner arbeidere som jobber i den lavtlønnede servicenæringen i dag. Min egen forskning viser at ved å legge kreative ferdigheter til arbeid innen tjenesteyting og produksjon, øker lønnen enda mer enn den gjør når den legges til kunnskapsarbeid. Det å oppgradere servicearbeidet er ikke bare bra for dem som jobber i serviceklassen, det kan også gi et sårt tiltrengt løft for økonomien gjennom økt produktivitet, kjøpekraft og etterspørsel (som tilfellet var med de høyere betalte industriarbeidsplassene på 1950- og 60-tallet).

Joda, vi alle må dele kostnadene ved høyere betalte jobber serviceindustrien, akkurat som vi betalte mer for biler og varer etter Den andre verdenskrig. Men tenk på det på

denne måten: Hva vil du heller betale mer for? Arbeiderne som lager bilen, vaskemaskin eller kjøleskap, eller de som tilbereder maten og tar vare på dine barn og gamle foreldre? Byrden av fornyet velstand må vi alle dele.

For å komme dit, trenger vi en ny sosial kontrakt, en som ligner på, men på ingen måte er identisk med den fagforeningene og New Deal oppnådde. Den nye sosiale kontrakten må være i tråd med kravene i den nye kreative tidsepoken. For å få til dette, må kontrakten investere i vår viktigste økonomiske ressurs – den kreativiteten hver borger og hvert enkelt menneske besitter – slik at vi oppgraderer og genererer nye, bedre betalte jobber, adresserer de grove ulikhetene i økonomien og samfunnet og legger det institusjonelle grunnlaget for en ny æra av felles velstand. ✘

ARTIKLENER ER OVERSATT OG BEARBEIDET AV INGE-JOHANN LUITJENS.