

MGMT

of Innovation and Technology

Nr. 4 December 2023

Konsten att tänka nytt
— Vad kreativa näringar kan lära
oss om innovation, förändring
och hållbar utveckling



Konsten att tänka nytt

— Vad kreativa näringar kan lära oss om innovation, förändring och hållbar utveckling

Kreativa och kulturella uttryck har en inneboende komponent av ett kontinuerligt sökande efter det nya. Insikter från dessa näringar kan därför ge goda idéer för innovationsarbete och hållbar omställning.

Av Erik Gustafsson

Vi står konstant inför nya utmaningar inom såväl ekonomin som samhället i stort vad gäller att sträva efter en hållbar framtid. Många goda insikter och förslag har presenterats över åren och vi kan alltmer se att innovation som fenomen spelar en helt essentiell del i denna omställning. Samtidigt befinner vi oss i en situation där forskare och experter världen över varnar för att denna omställningsprocess går för långsamt och att vi behöver ytterligare initiativ, både från ett policyperspektiv och ur ren innovationskraft och vilja från den privata sektorn. Frågorna kan te sig som centerade till tunga segment av industri och ekonomi, och att det därmed också är där som vi bör leta efter "svaren" som kan föra oss framåt. Varför vill jag då prata om kreativa näringar och personer vars gärningar vilar på en konstnärlig grund? Min förhoppning är att denna text kan agera som ett tankeexperiment och en ögonöppnare för att leta efter lösningar inte bara i de uppenbara fälten, utan även djupare in i de kreativa skogarna.

Innovation genom konstnärlighet och estetik

I min forskning fokuserar jag primärt på entreprenörskap inom kreativa näringar, med särskilt fokus på modeindustrin. I detta sammanhang har jag varit särskilt intresserad av rollen som olika typer av kunskap spelar, inte bara för att ta steget till att bli entreprenör, men också för att skapa innovativa produkter och tjänster. Jag har därför valt att studera personer som genomgått akademisk högre utbildning i modedesign. En av anledningarna till detta är att dessa ut-

bildningar har ett tydligare fokus på kunskapsutveckling rotad i forskning inom modedesign.

I dessa studier har det visat sig att en djupare form av konstnärlig och estetisk kunskap som utvecklas baserad på forskning inom området ger upphov till en ny typ av förhållningssätt till mode som fenomen. Studenterna tränas i ett kritiskt arbetssätt där gängse struktur och metod gällande designprocessen ifrågasätts och utmanas. Detta kombineras med utbildning och tillgång till nydanande teknologi och material för fältet. Resultatet blir ett förhållningssätt som ger en nyskapande bas från vilken ett nytt, mer innovativt mode kan skapas – ett mode som är helt essentiellt givet de stora hållbarhetsproblem som den rådande strukturen i industrin ger upphov till. Kopplingen som skapas mellan teknologi, metod och design gör vidare att en mer holistisk inställning till designprocessen uppstår – istället för frikopplade komponenter som försöker lösa enskilda problem skapas en helhet som kan ge upphov till en annan form av lösning.

Samtidigt visar det sig att det i stor utsträckning är svårt att uppnå applicering av denna kunskap. Å ena sidan har de etablerade aktörerna inom modeindustrin en generellt hög tröskel gällande att adaptera nya synsätt och former för designprocessen och den slutgiltiga produkten. Samtidigt är modemarknaden som sådan på många sätt mättad. Detta gör etableringen av nya entreprenöriella företag svår och riskabel, vilket i sin tur leder till en begränsad investeringsvilja.

Värdeskapande utöver det monetära

I tvärdisciplinära studier gällande kreativa näringar tillsammans med holländska sociologer identifierade vi en springande punkt i denna problematik, nämligen värdeskapande. Kulturella uttryck lyfts generellt fram som viktiga för våra samhällen och vårt välmående som individer och kollektiv. Samtidigt visar forskning på att den generella betalningsviljan för dessa uttryck är relativt låg – vi vill gärna äta av kakan men sällan betala för vare sig den färdigbakade produkten eller ingredienserna vi gillar så mycket.

Vi finner oss sonika med två huvudingredienser där den generella förståelsen och inställningen behöver förändras. Dels den outnyttjade kraften i en form av ackumulerad kunskap som inte bereds ett spelrum för att uppnå sin fulla innovationspotential, dels en cementerad bild av ett ekonomiskt värde på en produkt eller service som inte tar i aktning dess ickemonetära värde.

Denna brist i förståelse och inställning blev särskilt tydlig under covid-19-pandemin, vilket var fokuset för våra tvärdisciplinära studier. Kreativa näringar framhölls som viktiga samhällsbärare, inte minst under en tid då världen befann sig i kris. Samtidigt var det ekonomiska stödet till dessa näringar väldigt begränsat och fick långtgående konsekvenser för såväl utövare som utbud.

FORTS. 

“Kopplingen som skapas mellan teknologi, metod och design gör vidare att en mer holistisk inställning till designprocessen uppstår”

Att skapa för framtiden

Insikterna ovan ger en fingervisning om viktiga perspektiv att ta i aktning när vi gemensamt jobbar mot en hållbarare framtid. Min forskning från modeindustrin specifikt, och kreativa näringar mer generellt, bekräftar det sen tidigare kända i att kunskapsvariation är essentiellt för innovation. Det som sticker ut är hur vi i denna syn på kunskap också behöver ta ett vidare perspektiv. Den konstnärliga och estetiska kunskapen har hittills fått spela en undanskymd roll i dessa processer, och lösningarna har snarare fokuserats mot de teknologiska eller materiella innovationerna.

Jag hävdar att detta behöver förändras. Genom att lära oss från hur konstnärligt aktiva individer närmar sig sitt skapande kan vi också få nya perspektiv på hur vi mer generellt kan angripa problem och frågeställningar på nya sätt. Modeindustrin är här ett bra exempel där stor vikt för närvarande läggs vid att hitta nya produktionssätt, material och återvinningsprocesser. Dessa delar är helt klart essentiella för att hitta mer hållbara lösningar. Samtidigt kringgår de kärnan av mode som fenomen, nämligen design. Genom att utgå från innovativa synsätt på modedesign som fenomen, rotat i konstnärlig och estetisk kunskap kan synsättet och arenan för vad som kan skapas förändras radikalt. Det är därför av stor vikt att utbilda modedesigners med en forskningsbaserad grund för att kunna ta sig an denna roll.

Samtidigt behöver ett mer strukturellt grundarbete utföras gällande synen på värdeskapande, såväl inom kreativa näringar som i ekonomin i stort. Den rådande normen kring det monetära värdeskapandet som centralnod ger förvisso lättanvända jämförelsetal. Om detta system ska fungera krävs dock att det monetära värdet också i större utsträckning tar i beaktning det bredare värdeskapandet som sker. Här kan inspiration och lärdomar tas från aktörer inom de kreativa näringarna, där tidigare forskning har visat på att dessa individer tenderar att lägga ett större fokus på socialt och kulturellt värdeskapande snarare än det strikt monetära eller affärsmissiga. Detta har gett upphov till en diskrepans mellan det värde som skapas och den

värdering som sätts i kronor och ören. Genom att genomlysna hur vi ser på värdeskapande, där fler faktorer inkluderas i kalkylen, är det min uppfattning att vi kan få till stånd såväl en mer rättvisande prissättning som mer inkluderande och hållbara sätt att mäta utkomsten av det vi producerar. I detta sammanhang är mer tvärdisciplinära analyser av vår ekonomi centrala.

Praktiska implikationer

Syftet med denna artikel har varit att belysa hur insikter från kreativa näringar kan vara till användning också i ett vidare perspektiv, inte minst i relation till innovation och hållbar omställning. Jag ser här tre huvudpunkter att ta fasta på:

1. Bredda synen på kunskapsvariation – vi vet sedan innan att detta är centralt för innovationsprocesser och tidigare forskning har även pekat på vikten av kreativitet. Här kan vi gå ett steg längre och skapa en bredad syn på kreativ kunskap i termer av det konstnärliga och estetiska för att kunna få nya perspektiv på våra innovationsprocesser.
2. Vad är hönan och vad är ägget för problemet vi försöka lösa? I vår innovations- och utvecklingsprocess behöver vi ibland tänka utanför den snävare, rent lösningsorienterade ramen för att hitta den reella kärnan att utgå från. Här kan vi dra lärdomar från kreativa näringar och vad som händer när de teknologiska och materiella innovationerna sätts i relation till den konstnärliga – lösningen ligger inte alltid där vi tror

3. Synen på värdeskapande behöver en bredare grund – när vi sätter ett värde på något bör vi också ta i aktning dess vidare värdeskapande effekter och inte stirra oss blinda på det uppenbara direkta monetära värdet. Kreativa näringar kan här lära oss att bredda denna syn genom att lägga ett större fokus på det sociala och kreativa värdet. Kompletteras dessa kan vi uppnå en mer rättvisande och hållbar värdering av vad vi producerar.

Genom att ta mer inspiration från, och även direkt bjuda in, det konstnärliga och kreativa i våra innovationsprocesser adderar vi till kunskapsvariationen som i sig är central för att möta framtidens stora utmaningar.

“ Genom att lära oss från hur konstnärligt aktiva individer närmar sig sitt skapande kan vi också få nya perspektiv på hur vi mer generellt kan angripa problem och frågeställningar på nya sätt.”



ERIK GUSTAFSSON

erik.gustafsson@handels.gu.se

Erik Gustafsson är postdoktoral forskare (Wallanderstipendiat) och universitetslektor inom innovation och entreprenörskap på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Han ägnar sig primärt åt kvalitativ forskning med fokus på entreprenörskap i kreativa näringar.

Han har initierat tvärdisciplinära samarbeten med sociologer för att utforska aspekter kring värdeskapande utöver det strikt monetära. Han intresserar sig för frågor kring hållbarhet och rollen som kreativ och estetisk kunskap kan spela för att angripa dessa frågor, samt vikten av utbildning och forskning inom kreativa ämnen för nya former av innovation.