



De kreativas apostel

Text: Julia Svensson

Uppdaterad 18 juli 2010 7.12 Publicerad 18 juli 2010 6.302010-07-18 06:30:00

[+] [-] Textstorlek |

[Kultur & Nöjen.](#)

Richard Floridas teorier om den kreativa klassen blev en kommersiell succé och gjorde honom till en akademisk rockstjärna – attackerad från både höger och vänster. Julia Svensson har pratat med Richard Florida om Karl Marx, kritiken och om vikten av att jobba med det man älskar.

– Hello.

– Is this Richard Florida?

– Speaking.

När jag säger var jag ringer från upplyser Richard Florida om att han faktiskt var i Malmö för två år sedan. Han åkte över bron och höll ett föredrag i Turning Torso för ungefär trettio specialinbjudna gäster. Han blev intervjuad av en långhårig svensk redaktör i vit kostym, en fabulous guy. Och en fabulous day.

Nu är Richard Florida i Miami för att promota sin nya bok, ”The Great Reset”, som handlar om hur den ekonomiska krisen påverkar städer att bli mer kreativa. Precis som i ”The Rise of the Creative Class” och hans andra böcker, går teorierna ut på att människor själva, inte industrierna, bestämmer var de ska bo. Där den så kallat kreativa klassen bosätter sig, dit kommer företagen. Till de kreativa hör konstnärer, musiker, författare och journalister, men även ingenjörer och vårdanställda som får utlopp för sin kreativitet i yrket. Kreativitet är alltså inte bara förbehållet konstnärer utan handlar snarare om ett förhållningssätt.

De städer som lyckas har ofta ett tolerant klimat – och en population av olika etniciteter och sexuell läggning. Med hjälp av statistik, så kallade kreativitets-, bohem- och gayindex, ger Richard Florida städer över hela världen verktyg att förändra sin situation. Redan i ”The Rise of the Creative Class” nämns Köpenhamn som en region med potential.

En av Floridas mer kontroversiella ståndpunkter är att den kreativa klassen kräver en stor serviceklass. Vilket kan tolkas som en paradox då han samtidigt anser att kreativitet borde vara en mänsklig rättighet.

Till exempel skrev Bo Reimer i Sydsvenskan (augusti 2009): ”... frågan som återstår är hur man ska kunna skapa en utveckling som gynnar det stora flertalet. /---/ naturligtvis beskriver Florida inte verkligheten. Han framkastar teorier om den; teorier som inte är passiva utan som konkret påverkat de senaste tio årens internationella stadsutveckling.”



De kreativas apostel

Text: Julia Svensson

Uppdaterad 18 juli 2010 7.12 Publicerad 18 juli 2010 6.302010-07-18 06:30:00

[+] [-] Textstorlek |

Du anser att alla människor borde arbeta med något kreativt. Det låter väldigt bra. Men är det möjligt?

– Ja. Framförallt måste vi uppgradera servicejobben och ge dem den lön de förtjänar. I mitt arbete försöker jag pusha människor att inse att nyckeln är att alla jobbar med det de har talang för. Men det kommer att ta två eller tre generationer.

Konkret, hur gör man?

– Makthavare måste inse att varenda människa är kreativ. 30 procent av arbetsstyrkan idag kan klassificeras som kreativ. I Sverige är det 40 procent. Det är en beklaglig siffra. Vi måste skapa ett skolsystem som utvecklar kreativitet hos alla barn. Fler och fler frilansar. Vi måste underlätta med ett bättre socialt välfärdssystem. Våra städer måste ha billiga hyreslägenheter så att man inte behöver ruinera sig för ett hem.

Hur blir ett städjobb kreativt?

– I mitten av 1900-talet gick fabriksjobb från att vara lågbetalda och ovärdiga till att bli respekterade och åtråvärda. Den amerikanska drömmen – huset, bilen och utbildning för barnen – var nu inom räckhåll för den vanlige fabriksarbetaren. Idag är 45 procent av alla USA:s anställningar servicejobb – 60 miljoner. Dessa måste förvandlas på samma sätt. Betala arbetarna det de förtjänar, uppmuntra kreativt deltagande och skapa fackföreningar.

Richard Florida föddes 1957 i ett arbetarhem i Newark i New Jersey, på 1950- och 1960-talen en levande och multinationell industristad. Florida såg Newark förfalla och fabriken där hans far jobbade stängde. Det var först senare som han begrep att det var dessa känsloband som drev honom att studera städer och ekonomisk utveckling. Hans förebild är ekonomiteoretikern Jane Jacobs, som redan på 1960-talet kritiserade städernas anpassning till bilismen.

När Richard var i tolvårsåldern fick han en gitarr av sin far. Han startade ett band – och insåg först i college att han varken skulle bli Jimi Hendrix eller Eric Clapton.

– Men gitarren räddade mig från det trassel ett arbetarklassbarn från New Jersey annars lätt hamnade i. Genom musiken hittade jag min kreativa röst. Jag är inte den ende: Bill Clinton förstod i college att han inte skulle bli en berömd saxofonist.

På universitetet träffade Richard professorer som var uppslukade av sina arbeten och hade



De kreativas apostel

Text: Julia Svensson

Uppdaterad 18 juli 2010 7.12 Publicerad 18 juli 2010 6.302010-07-18 06:30:00

[+] [-] Textstorlek |

flexibla scheman och visste att han hamnat rätt. När han började på vad som blev ”The Rise of the Creative Class” hade han redan skrivit många akademiska texter som ingen människa läst.

– Den här gången skrev jag om det som upprörde mig: städer som byggde stora arenor och casinos, som var utom räckhåll för så många. Texten bara rann ur mig. Och så fort jag talade med min egen röst blev folk intresserade.

Richard Florida bor i ett hus någon kilometer från Torontos centrum. En vanlig dag vaknar han tidigt, och dricker kaffe med sin fru Rana, vars företag assisterar Richards med publikationer och föredrag. Om han måste åker han till Torontos universitet, dit han värvades från Carnegie Mellon-universitetet i Pittsburgh. Men helst jobbar han hemma. Möten försöker han undvika till varje pris.

– Jag valde tidigt att inte underkasta mig stämpelklockan. Nu har mina böcker gjort kommersiell succé – men när jag började som professor tjänade jag 18 000 dollar om året – det räckte till bil, mat och lite kläder. Jag säger till unga att de måste älska sitt arbete. Det värsta som finns är när människor fastnar på ett jobb som de hatar. Det är som att inte erkänna sin verkliga sexuella läggning. Jag berättar i boken om hur min far ångrade att han stannade på fabriken och inte startade en frisörsalong när han hade chansen.

Du har kritiserats mycket från vänster. Men jag läste i en recension att du i den nya boken förvandlats från akademisk rockstjärna till Karl Marx.

– Jag tror folk fastnade för rockstar-epitetet när jag skrev att städer med rockband och homosexuella är vinnare. Men jag har alltid influerats av Marx och alltid skrivit om kapitalism och städers utveckling.

– Marx skrev om växlingen från bondesamhälle till industrisamhälle. Jag skriver om övergången till kunskapssamhället. Mina föräldrars ordning – industrisamhället och det konsumtionsinriktade förortslivet – har blivit en börda, som bondesamhället var för industrin. Det räcker inte längre med ny teknologi eller mer exploatering av människor och naturresurser. Världen blir ojämlik. Förlorarna är gamla industristäder som inte ser sin kreativa potential. Ställen som har stor andel kreativa är lyckligare, friskare och har färre rökare och överviktiga.

Från höger kommer kritik mot att dina teorier är anti-kärnfamilj och pro-gay. Vänstern säger att du är för en kreativ elit och en serviceunderklass. Var står du politiskt?



De kreativas apostel

Text: Julia Svensson

Uppdaterad 18 juli 2010 7.12 Publicerad 18 juli 2010 6.302010-07-18 06:30:00

[+] [-] Textstorlek |

– Jag är nog mer konservativ än resten av den kreativa klassen. Hahaha. Men jag är registrerad som oberoende, och är en stark supporter till Barack Obama. Jag är konservativ ekonomiskt och skattemässigt och tror inte på stora statliga satsningar. Men socialt är jag otroligt liberal och öppensinnad.

– När någon kritiserar mig för att vara pro-gay, och anti-familj, tar jag inte åt mig. Kritik från vänstern gör ondare, för jag delar deras åsikter. En del säger att jag vill ha en kreativ elit. Men det är inte sant.

I Toronto har det bildats en organisation som heter The Creative Class Struggle som tycker att du är farlig för staden.

– Jag sympatiserar med många av deras synpunkter. Jag har bjudit in dem till dialog, men ingen har hört av sig. Men idén att karaktärisera mig som nyliberal är hysterisk, skrattretande. Där passar jag inte alls in. Jag har alltid försökt att förstå vägen till ett mer humant sätt att leva.

Finns det någon substans i kritiken mot dig?

– Jag lägger mig inte i debatten om mig. Men folk försöker stoppa in mig i ett fack. Att jag inte gillar gamla industristäder. Det är nonsens! Folk som skriver att jag säljer enkla lösningar skulle höra mig prata. Inför varje föredrag har jag räknat och berättat för varje stad hur de ligger till. Sedan utmanar jag dem att sluta göra dumma saker – som att investera i köpcenter och casinos – och istället jobba på sina kreativa tillgångar.

Hur utmanade du Malmö när du var här?

– Jag utmanade inte Malmö, jag utmanade Sverige – i att definiera en socialdemokrati för den kreativa tidsåldern. Sverige var pionjärer i modern socialdemokrati och ett mer jämlikt samhälle. Men idag är ekonomisk jämlikhet och materiell välfärd inte allt. Alla behöver mening och mål. Det är varje människas rättighet att utveckla och använda sin kreativa talang.

Richard Florida

Född: 1957 i New Jersey.

Bor: i Toronto där han är professor och chef på Martin Prosperity Institute på University of Toronto.

Har skrivit: The Rise of the Creative Class (2001), The Flight of the Creative Class (2005), Who's Your City? (2008)



De kreativas apostel

Text: Julia Svensson

Uppdaterad 18 juli 2010 7.12 Publicerad 18 juli 2010 6.302010-07-18 06:30:00

[+] [-] Textstorlek |

Aktuell med: The Great Reset: How New Ways of Living and Working Drive Post-Crash Prosperity

Bloggar på: theAtlantic.com

Twitter: twitter.com/richardflorida

– Jag träffade Richard Florida när han var i Malmö. Jag tycker att han skapat en mycket mer nyanserad debatt. Han har satt fart på stadsplanerarna – som nu vill skapa kulturella och mångfacetterade miljöer för att locka hit utbildade människor. För då kommer företagen. Vi har teorierna i åtanke när vi utvecklar högskolan.

– I mitten av 90-talet, när vi fick egen majoritet och ansvaret att forma Malmös framtid, inspirerades vi av många tänkare. Åke E Andersson med K-samhället (Kunskap, Kommunikation, Kultur, Kreativitet). Robert Putnams ”Making Democracy Work” om hur bonding och bridging är viktiga verktyg för inkludering och delaktighet. Idéer som Richard Florida vidareutvecklade.

– Under senare år har frågor om städers attraktivitet och tillväxt – och hur kreativitet och kultur bidrar till detta – varit högt på agendan i både USA, Europa och Norden. Richard Floridas teorier om den kreativa klassens betydelse är en del i detta. Men andra stads- och regionutvecklingsteorier har också varit viktiga för hur vi tänker och argumenterar inom kulturförvaltningen.

... att bygga stora sportarenor:

– Sportägare kan bygga arenor, men staden ska inte spendera ett öre på dem. Staden ska åtgärda sociala orättvisor, satsa på billiga hyreslägenheter, investera i sjukvård och skolor. I sådana här sammanhang tror jag verkligen att en stadsekonom har något att komma med. Att stoppa galenskapen. Städer ska inte heller ägna sig åt citybranding, det fungerar inte.

... megaregioner:

– Megaregioner är vår tids ekonomiska aggregat, mer än enskilda länder. Precis som Jean



De kreativas apostel

Text: Julia Svensson

Uppdaterad 18 juli 2010 7.12 Publicerad 18 juli 2010 6.302010-07-18 06:30:00

[+] [-] Textstorlek |

Gottman skrev i boken "Megalopolis" (1961) finns idag fyra gigantiska megaregioner, som Boston-New York-Washington. Dessa fyra har 18 procent av befolkningen, 66 procent av ekonomisk output, 90 procent av all innovation. Regeringar måste satsa på infrastruktur så att de kan fungera.

Snabbsökning på Sydsvenskan.se