

Embassy of Denmark's nyhedsbrev: NYT FRA ASIEN

Kære læser,

Dagens skribent er Gry Worre Hallberg, cand.mag. i Teatervidenskab ved Københavns Universitet med længerevarende tilknytning til Copenhagen Business School. Hun er medlem af forskerforaet Theatre-in-Business ([link](#)) og blandt initiativtagerne til Fiction Pimps, der arbejder med at overbringe den æstetiske oplevelsessfære gennem fiktive universer og iscenesættelser. Gry er ydermere performer i SIGNA ([link](#)), Club de la Faye ([link](#)) og tidligere projektmedarbejder ved Institutet for Fremtidsforskning. Grys betragtninger står for hendes egen regning.

Arts-in-Business

Arts-in-Business-økonomi handler om bæredygtig udvikling gennem æstetikens præmisser; gennem det sanselige, det følsomme og det lystfulde. Begrebet stiller sig spørgende overfor selve kapitalens fremtidige rolle: "Because the world is driven by business, we need an art that is transforming the heart of today's society, that is, the social relationships, in particular business" (Otto Scharmer, professor ved MIT). Arts-in-Business er begyndt at vinde genklang i den vestlige økonomi og områder som (social) innovation og organisatorisk transformation anskues i stigende grad igennem denne linse. Vores tid markerer i stigende grad en overgangsperiode mellem en gammel og ny kapitalform. Den nye kapitalform handler om økonomi med hjerte; om økonomi der erfarer verden gennem æstetikens præmisser. Det er her, at Arts-in-Business hører hjemme.

Arts-in-Business handler om at gå ind i 'business' med 'art'; om hvordan erhvervslivet kan bruge kunsten som et værktøj til fornyelse, innovation og human ressource. Det er her, at kollektive og kunstneriske arbejdsprocesser særligt effektivt kan bringes i spil. Arts-in-Business er et led i en overordnet strategi, der handler om at integrere måden, hvormed 'kunsten tænker på' i måden hvormed vi tænker business. Vi ser dette hos blandt andre Unilever, hvor Arts-in-Business-aktiviteter i dag udgør en væsentlig del af fundamentet for den videre strategiske udvikling.

Når Arts-in-Business fungerer som strategi er det i forlængelse af en vision, der kan identificeres som det æstetiske oplevelses- og erfaringsparametres tilgængelighed for så mange mennesker som muligt. Arbejdslivet er for mange stedet hvor vi gør vores pligt. Det er stedet hvor vi tænker rationelt, udskyder vores behov og undertrykker vores lyster. Der bliver således optegnet et tydeligt modsætningsforhold mellem lyst og følelse på den ene side og pligt og tanke på den anden, hvor pligt og tanke er øverst i hierarkiet.

Måden, hvorpå vi har indrettet dette arbejdsliv, opstod under den industrielle revolution, hvor en objektiv og rationel tilgang til verden blev opprioriteret. Dette forhold er imidlertid ved at ændre sig, og om end de fleste erhvervsorganisationer forsat har dybe rødder i industrialiseringen søges i stigende grad andre værdier, der kan forstås som æstetiske, bragt i spil. Således vil medarbejderne på den baggrund begynde at anskue 'kunst' som noget, der ikke blot udspiller sig på en scene og udføres af kunstnerne, men som en integreret del af arbejds- og hverdagslivet; som en særlig sanselig, følelses- og lystorienteret omgang med verden. Igennem denne reintegration af det æstetiske i det økonomiske forekommer en art 'heling' af

medarbejderen, hvormed selve erhvervsorganisationen også stræber mod at gøre sig 'hel' og ultimativt 'hele' samfundet. Se blot på hvordan stadigt flere erhvervsorganisationer (fx Grundfos, Novo Nordisk, Danisco og Coloplast) retter fokuset mod andre bundlinjer end blot den profitmæssige. De nye bundlinjer afspejler bæredygtighed, social ansvarlighed og innovation. Det er hertil at Arts-in-Business kan bane vejen.

Ved at adoptere nye vidensformer fra den kunstneriske sfære kan virksomheder stimulerer deres kommercielle praksis idet nye vidensformer genererer nye ideer, der skaber nye muligheder og derved øget vækst. Arbejdet med kunst og kunstprocesser kan ses som en mulighed for at styrke organisationen på flere niveauer. Ultimativt kan de redefinere virksomhedens paradigme, dvs. det mulighedsrum som organisationen opererer indenfor og dermed generere bæredygtighed for den enkelte medarbejder (Work Life Balance), for organisationen som helhed (den sociale og etiske bundlinje) og organisationens overordnede påvirkning af samfundet og den globale bæredygtighed.

Et åbent spørgsmål er om et så udfordrende fænomen som Arts-in-Business også har plads i en asiatisk erhvervsøkonomisk kontekst – særligt den kinesiske, der grundlæggende befinder sig i et kapitalsystem, hvor hierarkiet hersker og frygten for fejlslag regerer? Hastigheden hvormed Kinas økonomi vokser vil uundgåeligt falde i takt med at lønningerne stiger og teknologigabet til vesten svinder ind. Vejen udenom en stagnation a la den Europa har oplevet de seneste årtier skal uden tvivl findes igennem nytænkning, innovation og entrepreneurship.

Arts-in-Business kan vise vejen hertil.

Har du kommentarer eller ønsker yderligere information er du meget velkommen til at kontakte Gry på: gryhallberg@hum.ku.dk – gerne med kopi til virola@um.dk