

Føroyar er frá- líkt stað til kreativa skapan

Ein av fyrilestrahaldarunum er danska Kirsten Stendevad, ið er tíðindafólk við sergrein í vinnuligum alheimsrákum. Hon er inspirator og leiðari av ‘Institut for Indre Karriere’. Stendevad hevur verið vinnujournalistur í New York í 10 ár, har hon eisini hevur hildið skeið fyri fyrítøkuleiðarar m.a. í kreativiteti

RÁÐSTEVNA

Kim Simonsen

Kirsten Stendevad hevur skrivað fleiri bókur um, hvussu vit kunnu laga okkum eftir nýggju krøvunum í tíðini, m.a. sum meðhövundur av best-sellarnum “simple-living.dk”. Kirsten fer at gera eina lítla kreativitetssuppgávu í sambandi við fyrilesturinn.

Ein mótrørsla

Tað finnast stórar røslur, ið ganga aðrar vegir. Vit kunnu tosa um mótrørslur innan nýkapitalismuna í dag móti forbrúkarismuni og kritiskar røddir, ið finnst at globaliseringini. Við eitt skulu fólk á skeið at læra at liva við strongd. Fólk fara ikki til psykolog longur, tey finna sær ein life-coach, ein lívsvenjara, tí møguleikarnir eru so mangir. Yngri fólk eru í ferð við at gera upp við markleysu materialismuna, ið herjar kring londini í Evropa í hesum døgum. Seinastu árin hava vit sæð ein longsul eftir einum meiri simplum lívið millum nógva fólk. Í bókini »Simple-living.dk – Nye veje til et enkelt liv« skriva fimm yngri kvinnur, ið allar hava havt stóra framgongd innan kreativ fak og fjølmiðlar í Danmark, um at skapa eitt alternativ til materialismuna.

Troytt av ovurnýtslu

Hesi vilja hava, at lívið skal kunna livast sum ein heild, og tey vilja inn í kjarnan við at gera lívið meira einfalt uttan strongd og spjaðing millum lív og

arbeiði. Hesi tosa um at skera alt óneyðugt burtur og um at finna fram til tað, ið er umráðandi í lívinum. Tá tað gerst neyðugt at velja millum pening ella lívið, siga tær: Vel altíð lívið, heildina, tí gert tú tað, kemur eydnan.

Hesi fólk hava ofta forvunnið fitt av peningi, men eru troytt av at brúka hvørt oryra uppá ferðir, býturar, kaféir, taksabilar o.s.fr. Tað hesi vilja er at sleppa at velja millum pening og eitt stórt forbrúk ella eitt lív við meining. Hesi halda, at alt ov nógva fólk keypa alt møguligt sum eina endurbót fyri mist lívsinnihald. Nógva brúka teir fáu tímarnar, tey ikki eru til arbeiðis til at leita eftir seinastu fartelefoni, nýggja blendaranum, ið reklamurnar lova vilja gera tey lukkilig.

Ein mótrørsla?

Tað er torført at siga um henda simple living rørsla er ein verulig rørsla enn, men hon rakar beint niður í kjakið um vónleysu forbrúkarismuna í dag. Eg haldi, at hesi seta fram áhugaverdar spurningar, sum t.d. um fólk spyrja seg sjálvi tá tey hugsa um inntøkur og útreiðslur, um tey finga eina kenslu av veruligum fulnaði, nøgdsemi og virði fyri tíðina og lívsorkuna, eg brúkti til at forvinna og brúka hesa lön? Er henda orkan, eg havi brúkt, í samsvari við míni virði og lívsendamál?

Bleyt vitan hørð úrslit

Kirsten sigur um sín fyrilestur, sum hon kallar: »Det er ‘det bløde, der giver ‘hårde resultater på bundlinien« at:

- Kreativitet har en anden anatomi end produktivitet. Derfor skal vi til at arbejde og leve på nye måder i Vesten for at kunne få de rigtig gode ideer, så vi kan leve af innovation. Vidste du f.eks., at balance mellem arbejde og privatliv fremmer kreativiteten? At vi kan arbejde mindre, hvis vi arbejder på den rigtige måde? Og at Færøerne har de perfekte præmisser til kreativitetssmaksimering?

Mentan sum ein vøra

Vit síggja, eisini í Føroyum eina vaksandi stætt av samskiftisfólkum, PR, branding og lýsingarfólkum, og at tað verður bygt ein brúgv millum fjølmiðlar, skapandi og við sponsorar annars. Soleiðis geva sponsoravtalur møguleikar fyri listafólk, men um frælsið hjá listafólkum eisini er hótt, í og við tá tey eru sponsoreraði, er so ein spurningur?

RÁÐSTEVNA

Kim Simonsen

Um tað er ein list, ið setur spurningar við samfelagið, ið vit koma at síggja, ella eina, ið júst skapar legitimitet og samleika fyri miðalstættina, ið eru tey sum eru nýggja vakstrarlagið fyri upplivingarbúskapin. Øki eru um at leggja saman. Vit hava fingið ein meiri og meiri kommersiellan fjølmiðlaidnað eisini, har serliga ókeypis bløð og portalar nassa uppá verulig bløð og teirra innihald. Serliga í Danmark, har tað eru fimm stórar ókeypis avísir samstundis.

Eitt annað fokus við hesum degnum í Norðurlandahúsinum er, hvussu

vit kunnu vit brúka upplivingarbúskap til í Føroyum? Hetta verður evnið, sum pallborðsfundurin skal viðgera – umframt at taka saman um og perspektivera tað, sum dagsins fyrilestrahaldarar hava borðið fram.

Pallborðsluttakarar verða m.a. Jón Tyril, leiðari av G-festivalinum í Gøtu, Steintór Rasmussen, fyriskipari av Summarfestivalinum í Klaksvík, Eiríkur á Húsamørk, stjóri fyri nýhugsandi fyrítøkuna Faroe Marine Products, sum var ársins virki í 2005, Óli á Deild Olsen, blaðstjóri á Vinnuvitan, sum var ársins áttak í 2006, Hogni Rasmussen, stjóri á Sansir umframt onnur. Katrin Petersen, fyriskipari av Mjús-festivalinum á Sandi og fyrrverandi leiðari á tíðindadeildini í Sjónvarpi Føroya, verður orðstýrari.

Tað eru pengar í kenslum

Í nógva ár hava fólk sæð tað sum ein trupulleika, at vinnulív og mentan hava arbeitt saman. Nógva hava hildið, at hetta kundi leiða til, at mentanin varð dálkað, men hetta er við at broytast, sigur Mark Lorenzen, lektari á Copenhagen Business School, ið arbeiðir við einum projekti um upplivingarbúskap.

Tað var danski framtíðar-

granskarin Rolf Jensen, ið kom at fáa rætt í bókini »Dream Society«. At vit liva í einari tíð, har upplivingar eru avgerandi. Nú er tíðin at gera hetta til ein ídnað, sum kann gera, at londinini her um leiðir, ið ikki longur liva at framleiða vøkur, kunnu koma framá í hesi upplivingarbúskapinum.

Upplivingarbúskapur eitt lykilað

Í dag er upplivingarbúskapur eitt lykilað og eitt mótað bæði á universitetunum, millum politikarar og í vinnulívinum, enn er tó sum um, at nógva øki innan mentanina ikki eru við upp á hetta.

Rolf Jensen leggur dent á, at forbrúkarar fegnir vilja gjalda fyri upplivingar og søgur. Um ein vøra t.d. er ektað og hevur nakað serligt at bjóða. At ein bjór er bryggjað av munkum í Belgia og hevur verið gjørd so í 300 ár, eru søgur, ið eisini kunnu økja um virðið á einari vøru.

Hetta er ein leið, har vørur og mentanartilboð meiri selja seg til hjartað, enn til reinan fornuft.

Í hesari vinnuni finna vit stuttleikaídnaðin, men eisini ítrótt, byggilist, spøl, film, tónleik og annað. Tí betri søgan um hesi eru, tí dýrari er gjørligt at selja vøruna.

Rolf Jensen sigur, at greiv-

ar og barónar hava altíð livað fyri at hugna sær við upplivingum. Hesi keyptu Beluga kaviar og annað, ið nú nógva hava ráð til. Fólk eru vorðin sjei ferðir ríkari uppá 100 ár, tí er meiri peningur enn fyrr, ið skapar framgongd.

Hetta ger, at upplivingarbúskapurin er ein hin skjótast vaksandi í heiminum.

Økt sponsorvirksemi

Øll eru troytt av lýsingum, tí koma vit at síggja, at fyrítøkur alt meiri fara inn og stuðla tiltøkum og mentan heldur enn at lýsa, hetta ger at fyrítøkan kemur nærri at forbrúkarunum. Í Danmark er eitt dømi BG Bank, ið hevur gjørt eitt serligt bókmentasponsorat.

Áðrenn hetta kom fíggarfrøðingurin Richard Florida við bókini »The Rise of The Creative Class«, ið eisini hevur verið við til at fáa politikarar og stovnar at leggja dent á at ein serlig skapandi stætt er skapt. Ein stætt, ið hevur nógva at gera við nýggja upplivingarbúskapin. Florida byggir á ein tanka um at heimurin er broyttur í dag, tí í nýggja samfelaginum spæla tey kreativu ein avgerandi leiklut.



Frá Summarfestivalinum. Við stóru tónleika festivalinum, sum hava verið hildnir seinnu árin, hava føroyingar lært upplivingarbúskap at kenna