



## 2. Hvordan innsikt i immaterialrett kan bidra til å belyse begrepet «nyskaping»

Arne Bendik Rekve

**Sammendrag** I denne artikkelen forsøker jeg å vise hvordan man med et utgangspunkt i tekster innenfor rettsområdet immaterialrett kan belyse begrepet «nyskaping». En målsetting er å bidra til å økt klarhet rundt et sentralt begrep i samfunnsdebatten generelt og i høyere utdanningsdiskursen spesielt.

**Abstract** In this article, I attempt to show how the Norwegian concept of “nyskaping” can be elucidated with a starting point in texts within the legal area of intellectual property law. One objective is to contribute to increased clarity around an important concept in the current social affairs debate in general and in the discourse of higher education in particular.

**Nøkkelord** nyskaping | immaterialrett | innovasjon | teknologisk utvikling | verdighet

### INNLEDNING

Å bidra til nyskaping er i vinden, enkelte omtaler endog nyskaping som en av vår tids «buzzwords» (Hjelseth, 2022; Johansen, 2009, s. 14). I universitets- og høyskolesektoren er for eksempel kjennskap og bidrag til nytenkning et eget punkt i nasjonalt kvalifikasjonsrammeverk for høyere utdanning (Kunnskapsdepartementet, 2022), og graden av nyskaping er noe som står helt sentralt når forskeres søknad om forskningsmidler bedømmes (se for eksempel Forskningsrådet, 2022). Selv om begrepet blir mye brukt og er noe mange aktører i samfunnet må forholde seg til rent praktisk, har det vært lite fokus på det nærmere teoretiske innholdet av begrepet sett isolert fra begrepet «innovasjon» (Stokken, 2022).

Ifølge den britiske filosof og idéhistoriker Isaiah Berlin er filosofiens mål «to assist men to understand themselves» (Berlin, 1978, s. 11). En sentral antagelse i denne teksten er at arbeider innenfor norsk immaterialrett kan brukes som teoretisk plattform for å komme nærmere «nyskapning» som begrep, uten at det er noe fullstendig sammenfall mellom de rettslige kategoriene og nyskapningsbegrepet. Orienteringspunktet mitt er da på hva som kjennetegner *nyskapning* som et resultat, ikke for eksempel på hvilke faktorer som fremmer *nyskapning* som en virksomhet eller prosess. Målsettingen er å gi noen forslag til hvordan man med et utgangspunkt i internjuridiske distinksjoner og diskusjoner kan belyse og klargjøre begrepet «nyskapning» mer generelt. Innenfor rettsområdet immaterialrett kobles det nemlig direkte an til nyskapningsbegrepet (se for eksempel Rognstad, 2019, s. 85 i relasjon til åndsverkloven § 2 første ledd), og skillet mellom «nytt» og «ikke-nytt» står helt sentralt når det for eksempel skal vurderes om en oppfinner skal få patent på et teknisk produkt (se for eksempel Lassen, 1994, s. 462). En supplerende, tilknyttet antagelse i bidraget er at norsk patentlovgivning kan sies å markere et ønske om å bremse den teknologiske utviklingen på bestemte felt, og på den måten også gi uttrykk for en *erkjennelse* av at nyskapning kan ha mørke baksider.

Innledningsvis kan det være hensiktsmessig å si noe om det aktuelle rettsområdet helt overordnet. Rettsområdet *immaterialrett* omhandler rettsregler som gir enerett til resultater av intellektuell og skapende virksomhet, og til kjennetegn (Stenvik, 2020, s. 14). Immaterialretten deles ofte nærmere inn i underkategoriene *åndsproduksjonsrett* (opphavsrett, patentrett og designrett), på den ene siden, og *kjennetegnsrett*, på den andre (varemerkerett og foretaksnavnerett). Mens åndsproduksjonsretten beskytter resultater av intellektuell virksomhet (åndsprodukter), beskytter kjennetegnsretten næringslivets kjennetegn (symboler) for varer, tjenester og foretak (se Stenvik, 2020, s. 14). Siden nyskapningstematikken hører åndsproduksjonsretten nærmest, vil jeg her primært ta utgangspunkt i fremstillinger av opphavsretten og patentretten.

Opphavsretten og patentretten knytter seg til ulike *typer* av åndsproduksjon: Opphavsretten gir vern for litterære og kunstneriske åndsverk (se åndsverkloven § 2) – som for eksempel Zeshan Shakars *Gul bok*. Patentretten beskytter oppfinnelser (se patentloven § 1) – som for eksempel Per Gisle Djupeslands nesepump (beskrevet i Stranden, 2021). Med «oppfinnelse» menes (i rettslig kontekst) en praktisk løsning av et problem, der løsningen har teknisk karakter, teknisk effekt og er reproducerbar (Stenvik, 2020, s. 117). Et fellestrekk med opphavsretten og patentretten er likevel at reglene på feltet kan begrunnes både i lys av rettferdighetsbetraktninger og samfunnsøkonomisk forankrede synspunkt. Tas det utgangspunkt i rettferdighetsbetraktninger, rettes søkelyset mot at reglene skal gi

opphaveren og patenthaveren *kompensasjon* for det resultat som er oppnådd gjennom åndsarbeidet; den som har sådd, bør også kunne høste fruktene av sitt arbeid (Rognstad, 2019, s. 35; Stenvik, 2001 s. 92 og s. 99). I et samfunnsøkonomisk perspektiv fremheves det hvordan opphavsrettigheter og patentrettigheter vil skape økonomiske *incentiver* for fortsatt kulturell og industriell produksjon (Rognstad, 2019, s. 36; Stenvik, 2001, s. 147–148). Mest treffende er det nok å si at opphavsretten og patentretten bygger på en *kombinasjon* av rettferdighetsbetraktninger og samfunnsøkonomisk forankrede synspunkt (se Rognstad, 2019, s. 38). Denne begrunnelsen for patentrettens regler er viktig for forståelsen av bakgrunnen for å nekte meddelelse av patent for visse typer oppfinnelser – se bidragets pkt. 6.

Etter en metode­del (pkt. 2) skal jeg i det videre forsøke å skissere to viktige kjennetegn på en nyskaping, med utgangspunkt i to sentrale vurderinger i opphavsretten og patentretten (pkt. 3–4). Deretter vil jeg se nærmere på forholdet mellom begrepene «nyskaping» og «innovasjon», og skille ut to alternative måter å forstå begrepsrelasjonen på (pkt. 5). Avslutningsvis skal jeg tematisere en av rettsordenens måte å markere uønsket nyskaping på, og slik også berøre forholdet mellom begrepene «nyskaping» og «teknologisk utvikling» (pkt. 6).

## METODEVALG

Studien tar utgangspunkt i tekster innenfor rettsområdet immaterialrett, hovedsakelig lovtekst og juridisk litteratur på feltet. Lovteksten fastlegger hvilke rettigheter og plikter som personer har overfor hverandre og offentlige myndigheter, og spiller derfor en sentral rolle i å regulere menneskers adferd. En betydelig del av juridisk litteratur angår forståelsen og fortolkningen av lovbestemmelser på ulike rettsområder.

Mitt analytiske utgangspunkt i lovtekst og juridisk litteratur gjør at bidraget kan betegnes som en kvalitativ studie basert på sekundærdata, det vil si uten innsamling av *ny* data (se for eksempel Grønmo, 2016, s. 149–151). De immaterialrettslige tekstene blir gjenstand for dokumentanalyse. Det finnes flere måter å gjennomføre en dokumentanalyse på. Asdal og Reinertsen omtaler «dokumentverktøy» og «dokumentbevegelser» som to mulige analytiske innganger og metodiske grep ved en dokumentanalyse (se for eksempel Asdal & Reinertsen, 2020, s. 143). Å betrakte dokument som «verktøy» og å spore dokument i «bevegelse» fremstår særlig relevant for mitt arbeid her. Dokumentverktøy som metodisk grep har orienteringspunkt mot hvordan tekster er redskaper til å oppnå, realisere og etablere noe (Asdal & Reinertsen, 2020, s. 47 og s. 146). Dokumentbevegelser som analytisk inngangsport retter søkelyset mot hvordan tekster er i bevegelse og settes i beve-

gelse (Asdal & Reinertsen, 2020, s. 138). Asdal og Reinertsen fokuserer på hvordan denne bruken av dokument er noe som gjøres eller skjer i samhandlinger mellom aktører i samfunnet (for eksempel mellom ulike offentlige myndighetsorgan). I dette tilfellet er det derimot forskeren *selv* som bruker dokumenter som verktøy og setter dokument i bevegelse. Jeg utnytter med andre ord immaterialrettslige tekster som verktøy til å oppnå en bredere forståelse av nyskapning som begrep. Tekstene settes i bevegelse ved at innholdet overføres og gjøres bruk av i en annen kontekst enn tiltenkt, fordi tekstene kan bidra med interessante perspektiver også utenfor sin tematiske avgrensning.

Dokumentene blir med dette *hjelpemidler* i et begrepsanalytisk prosjekt, det vil si et forsøk på å belyse nærmere meningen med et begrep basert på min kjennskap til normal og vanlig bruk av ulike ord (Baz, 2016, s. 113). Den analytiske filosofen J.L. Austin foreslo nettopp å se hen til bruken av en term på spesialiserte felt for å få lettere tak på en hverdagslig eller standard oppfattelse av et konsept (Weinberg, 2016, s. 299–300). Min måte å tilnærme meg nyskapningsbegrepet på kan da være mer eller mindre treffende eller brukbar – det er opp til leseren å bedømme (List & Valentini, 2016, s. 534–535). Tematiseringen av begrepet «nyskapning» sett isolert fra andre begrep (pkt. 3 og pkt. 4) kan mer spesifikt sies å bygge på en prototype-forståelse av begrepsstrukturen (Hampton, 2006; Margolis & Laurence, 2022, pkt. 2.2.): Jeg forsøker ikke å gi en eksplisitt og uttømmende definisjon av «nyskapning», men er mer orientert mot typiske trekk og fremste kjennetegn på nyskapninger. Videre kan tematiseringen av forholdet mellom «nyskapning» og andre, beslektede begrep (pkt. 5 og pkt. 6) kobles til P.F. Strawsons foretrukne «connective» fremfor «reductive» versjon av begrepsanalysen (Strawson, 1992, kap. 2; Beaney, 2021, pkt. 6): Jeg bryter ikke her ned begrepet «nyskapning» i mindre bestanddeler, men er mer konsentrert mot å spore forbindelser mellom det og relaterte begrep. Deler av pkt. 6 bygger dessuten på en mer markant normativ filosofisk metodologi (Rawls, 1999, s. 9), der teksten preges av en mer problematiserende og aktivt evaluerende stil (se Thomson, 2008, s. 2).

## FRA GENERERING AV IDÉ TIL REALISERING AV IDÉ

Basert på arbeidene til den betydningsfulle innovasjonsforskeren Joseph Schumpeter skilles det mellom tre «steps of technological development»: 1) oppfinnelse (invention), 2) innovasjon, 3) diffusjon (Braunerhjelm & Svensson, 2010, s. 414; Sejersted, 1982, s. 13–14). En oppfinner produserer ifølge Schumpeter ideer, mens en entreprenør «får ting til å skje» (Schumpeter, 1947, s. 152). Det er etter dette blitt vanlig å skille mellom genereringen av en idé og den påfølgende *implementeringen*,

det vil si transformasjonen av ideen til nye produkter eller tjenester på markedet (Shalley, Hitt & Zhou, 2015, s. 2; Baregheh et al., 2009, s. 1334). Det er kun ideer som er kommet til implementeringsstadiet som betegnes som innovasjoner (steg 2 på Schumpeters utviklingslinje).

I norsk immaterialrettslig litteratur kan det skimtes en lignende tidsorientert («temporal») distinksjon når det redegjøres for *hva* det er som man kan få opphavsrett til eller patent på. En opphavsrett beskytter ikke ideen som ligger bak et verk, men utformingen av ideen i verket (Holmvang et al., 2021, s. 36). Det betyr at opphavsretten for eksempel ikke verner inspirasjonen bak hovedkarakterene i *Gul bok*, men måten som idékomplekset kommer til uttrykk på i den ferdigstilte utgaven av *Gul bok*. I opphavsrettslitteraturen blir denne avgjørende overgangen knyttet til lovtekstens krav om at et åndsverk må være *skapt* (ikke bare «tenkt ut»): Ideen må ha fått en *ytre realitet* på en slik måte at arbeidet kan reproduseres eller meddeles til andre (Knoph, 1936, s. 63; Rognstad, 2019, s. 88). Kanskje kan man ut fra denne skillelinjen utlede en (innledende) forutsetning om at et idékompleks må være *kommuniserbart* for å kunne kalles en nyskaping. I så fall må kanskje *Gul bok* på Shakars datamaskin, rett før den ble sendt til forlaget og delt med andre, også ses på som en nyskaping. For å oppnå videre *nytte* av nyskapingen (for eksempel gjennom å introdusere den på det litterære markedet) kreves det imidlertid at arbeidet faktisk blir kommunisert til omverdenen.

På tidspunktet der ideen kan deles med andre, oppstår en risiko for «idétyveri», det vil si en situasjon der en aktør forfølger eller tar æren for en idé som oppfattes å være eid av et annet individ (Ellis, 2022, s. 3). Kommuniserbarhet som tilstrekkelig betingelse for en nyskaping gjør åndsprodukt utsatt for slik utnyttelse. «Idétyveri» kan både skje gjennom en ubevisst forveksling og en bevisst forvrengning av sannheten. En måte å forhindre det ubevisste «idétyveriet» på er å være aktivt oppmerksom rundt hvem som er kilden til hva når ideer fremmes (March et al., 1997, s. 896). Er en potensiell «idétyv» dessuten klar over de sterke *sosiale* sanksjonene som vedkommende vil kunne møte (Ellis, 2022, s. 11), kan det muligens minske tilbøyeligheten til en bevisst form for «idétyveri».

## EN SKISSERING AV TO SENTRALE KJENNETEGN PÅ EN NYSKAPNING

Etter åndsverkloven § 2 første ledd vil den som skaper et «åndsverk», ha opphavsrett til verket. I åndsverkloven § 2 andre ledd er det nærmere presisert at det med «åndsverk» siktes til «litterære eller kunstneriske verk av enhver art», som er «uttrykk for original og individuell skapende åndsinnset». Dette sistnevnte, nød-

vendige vilkåret for å få opphavsrett blir i nordisk juridisk litteratur typisk betegnet som et krav om *verkshøyde*, og impliserer at en viss terskel for originalitet må overskrides for at det skal foreligge et verk (se nærmere Rognstad, 2019, s. 94–96). Parallellen i patentretten kommer til uttrykk i patentloven § 2 første ledd. Her fremkommer det at patent kun meddeles på oppfinnelser som er «nye i forhold til hva som var kjent» før dagen for innsendelsen av patentsøknaden, og som dessuten «skiller seg vesentlig fra dette». Den førstnevnte formuleringen angir et *nyhetskrav*, og den sistnevnte stiller et krav om *oppfinneshøyde* (se nærmere Stenvik, 2020, s. 168–169). Hva som er «kjent» i forkant av patentsøknaden, blir nærmere beskrevet i patentloven § 2 annet ledd: alt som er blitt «alment tilgjengelig», det vil si tilgjengelig for en større eller ubestemt krets av personer (jf. Ot.prp. nr. 32 (1978–79), s. 24). Dette kan ha skjedd for eksempel gjennom et foredrag, via reklamemateriell eller ved publisering på en åpent tilgjengelig nettside (Stenvik, 2020, s. 178–179). At oppfinneren *selv* var uvitende om at oppfinnelsen er gjort kjent for omverdenen fra tidligere, vil være uten betydning (Stenvik, 2020, s. 172). Et eksempel kan være illustrerende: Hvis oppfinnelsen *dagen før* patentsøknaden ble innsendt, sto beskrevet i et obskurt australsk ukeblad, så er nyheten tapt og patent utelukket (Rognstad, 2019, s. 99).

Det kreves altså et *minimum av originalitet* for å få opphavsrett til et verk, mens det kreves en *nyhet* for å få patent på en oppfinnelse. Denne forskjellen i hva som skal til for å oppnå vern, sies å markere en grunnleggende ulikhet mellom opphavsretten og patentretten, siden opphavsrettens krav er «subjektivt» og patentrettens krav er «objektivt» (slik Rognstad, 2019, s. 99). Verkhøydevurderingen er med andre ord orientert mot trekk ved arbeidet *bak* åndsproduktet, mens nyhetsvurderingen er orientert mot trekk *ved* selve åndsproduktet. I opphavsretten betyr dette at man for eksempel fortsatt kan få opphavsrett til et selvstendig utarbeidet musikkverk selv om det viser seg å være identisk med et annet stykke som noen andre har skapt før (se Rognstad, 2019, s. 99).

Forsøk på å beskrive hva som er sentrale eller viktige aspekt ved et fenomen (slik det blir oppfattet og erfart av mennesker), er ett av flere av siktemål som en begrepsanalytisk virksomhet kan ha (Bix, 2015, s. 20–21). Den ovennevnte forskjellen mellom opphavsretten og patentretten kan kanskje sies å berøre to sentrale komponenter i et begrep om nyskapning, fange to viktige dimensjoner ved nyskapninger mer generelt. Nærmere bestemt kan det hevdes at en nyskapning både betinger en indre *kognitiv* prosess (kreativ tenkning) og noen ytre *materielle* omstendigheter (at konstruksjonen eller arbeidet er unikt, sett opp mot det som finnes fra før). En nyskapning kjennetegnes i så fall både av en bruk av *kreativitet* (som et trekk ved mennesket eller menneskene *bak* arbeidet) og et preg av *unikhet*

(som et trekk *ved* selve arbeidet). I det sammensatte ordet *ny-skape* kan *skape*-premisset sies å peke hen på kreativitetselementet (det holder ikke å av-dekke), og *ny*-premisset på unikhetsselementet (det holder ikke å gjen-skape). Opphavsrettens verkshøydevurdering er primært orientert mot den førstnevnte dimensjonen, mens patentrettens nyhetsvurdering knytter an til den sistnevnte dimensjonen. Jeg skal i det videre skissere noe nærmere hver av disse dimensjonene.

Opphavsrettens orientering mot arbeidet *bak* åndsproduktet kan sies å fremheve og vektlegge den bruk av *kreativitet* og det uttrykk for *individualitet* som et åndsprodukt (som for eksempel Shakars *Gul bok*) har bakgrunn i (impliserer og forutsetter). Et eksempel fra EU-domstolens praksis på opphavsrettens område, der det slås fast at opphavsrettslig vern betinger bruk av kreativitet, gir *Painer*-saken (C-145-10). Her la EU-domstolen til grunn at en «intellektuell frembringelse» innebærer at skaperen «har kunnet uttrykke sine kreative evner ved frembringelsen av værket på grundlag av frie og kreative valg» (jf. også Rognstad, 2019, s. 100). Det som er skapt, må avspeile skaperens personlighet, opphaverens individualitet må gjenfinnes i verket (slik Holmvang et al., 2021 s. 35). Ifølge Runco og Jaeger er «standarddefinisjonen» av kreativitet innenfor forskningslitteraturen på feltet at «Creativity requires both originality and effectiveness» (Runco & Jaeger, 2012, s. 92). En slik definisjon av «kreativitet» bygger eksempelvis Sternberg og Lubart (1999 s. 3) på. «Effectiveness» kan i denne sammenheng bety at arbeidet oppfattes som nyttig eller passende (Runco & Jaeger, 2012, s. 92), og innebærer slik en verdibedømmelse av det som er skapt. Weisberg (2015) argumenterer imidlertid overbevisende for å utelate en verdi-komponent i en kreativitetsdefinisjon, blant annet fordi det å stille en slik betingelse strider med en hverdagslig forståelse av kreativitet. Jeg tar derfor i det videre utgangspunkt i Weisbergs oppfatning av hva kreativitet innebærer: «A product is creative if it is *novel* and if it was produced *intentionally*» (Weisberg, 2015, s. 111). Å definere kreativitet som «the goal-directed – ie., intentional or nonaccidental – production of novelty» (Weisberg, 2015, s. 119) forutsetter at noe som skjer utilsiktet eller tilfeldig, ikke kan kalles kreativt. I eldre tider var opplevelsen at kreativiteten var noe som slo ned som en guddommelig kraft i en person, altså at den dukket opp «utenfra» personen selv (Glăveanu & Kaufman, 2019, s. 15). I nyere tid er den dominerende antagelsen at kreativiteten stammer fra en kompleks interaksjon mellom nerveceller i hjernen, altså helt «innenfra» personen selv (Glăveanu & Kaufman, 2019, s. 15 med videre henvisninger). Denne forståelsen av kreativitet kan kanskje kobles til nyskaping generelt: En nyskaping forutsetter en (indre) kognitiv prosess – en bruk av ens kapasitet til kreativ tenkning. I hvor stor grad mennesker får anledning til å *realisere* sitt kreative potensial, vil kunne påvirkes av de sosiale omgivelser man møter – som

miljøet i oppveksten eller kulturen på arbeidsplassen (se for eksempel Amabile, 1998). Samarbeid og annen samhandling kan i denne sammenheng fremme kreativ tenkning (se for eksempel Perry-Smith, 2006 om «weak ties»; Powell & Grodal, 2005 om nettverk).

Kreativitetskomponenten er imidlertid ikke tilstrekkelig for å få fullstendig grep om nyskapsbegrepet. Selv om en fersk forfatter på grunnlag av frie og kreative valg (og helt uavhengig av Shakar) skulle ferdigstille en identisk *Gul bok*, blir det ikke treffende å kalle det en reell *nyskapning*, men en tilfeldig *gjenskapning*. Det er derfor nødvendig å supplere med et ytterligere aspekt for å belyse fenomenet nyskapning på en mest mulig dekkende måte. I denne sammenheng kan det hentes inspirasjon fra fokusområdet i patentrettens nyhetsvurdering. Tar man i betraktning denne vurderingen, blir forutsetningen at arbeidet (også) må karakteriseres som *unikt* for å være en nyskapning. I patentrettslig sammenheng skal det som er skapt, holdes opp mot og være annerledes enn *alt* (og ikke bare *noe*) annet (Stenvik, 2020, s. 169). I dagliglivet vil man snakke om unikhets i ulike *kontekster* – noe kan være unikt lokalt (for eksempel i familien eller på arbeidsplassen), nasjonalt eller internasjonalt (se også Weisberg, 2015, s. 119). At et arbeid *ikke* viser seg å være unikt sammenlignet med det som er kjent fra før, kan både skyldes en tilfeldig likhet med noe allerede eksisterende (noe som ordtaket «kloke hoder tenker likt» formidler), og en bevisst snylting på eller plagiering av andres arbeid. Betingelsen om at arbeidet må være unikt, kan gi grunnlag for flere nærmere diskusjonstema eller underproblemsstillinger. Et spørsmål kan være overfor *hvem* arbeidet må karakteriseres som unikt (jf. også Aasen & Amundsen, 2015, s. 25 relatert til innovasjon). I varemerkeretten er *forbrukeren* den sentrale referansepersonen (se Lassen & Stenvik, 2011, s. 25), mens det er en gjennomsnittlig *fagperson* som brukes som målestokk i den patentrettslige vurderingen av nyhet (se Stenvik, 2020, s. 198). Et annet spørsmål kan være *i hvor stor grad* arbeidet må være ulikt annet som er skapt for å betegnes som unikt (se for eksempel Rognstad, 2019, s. 131 i relasjon til verkshøydevurderingen; Stenvik, 2020, s. 204–207 i relasjon til nyhetsvurderingen). Tilsvarende problemstilling i en innovasjonskontekst vil kunne være hva som skal til for at et produkt / en tjeneste skal karakteriseres som en «inkrementell» innovasjon (se f.eks. Fagerberg, 2005, s. 7–8 om skillet mellom «inkrementell» og «radikal» innovasjon). Denne typen diskusjonstema kan sies å knytte seg til nyskapsbegrepets randsone eller yttergrense. Det vil si: Spørsmålene blir stilt i situasjoner der det er *tvilsomt* om det foreligger en nyskapning eller ikke. Når et arbeid fremtrer *svært* unikt for et *bredt* publikum, er det mer klart at man står overfor en nyskapning (se også bruken av termene «penumbra of doubt» og «core of certainty» i Hart, 2012, s. 123).



## FORHOLDET MELLOM «NYSKAPNING» OG «INNOVASJON»

Mens orienteringen i bidragets pkt. 3 og 4 var på nyskappingsbegrepet sett isolert, blir perspektivet her i pkt. 5 og videre i pkt. 6 på *relasjonen* mellom nyskappingsbegrepet og andre beslektede, nært tilknyttede begrep. Her i pkt. 5 settes søkelys på forholdet mellom begrepene «nyskaping» og «innovasjon». Jeg skal gjøre et forsøk på å skille ut to alternative måter å forstå begrepsrelasjonen på, og ta stilling til hvilken av disse som jeg finner mest fruktbar.

Alternativ nr. 1 er å oppfatte «nyskaping» og «innovasjon» som *synonymer*; begrepene anses å referere til samme fenomen. I forskning på innovasjon i offentlig sektor er for eksempel den mest benyttede definisjonen av «innovasjon» basert på den amerikanske sosiologens Everett Rogers' formulering (se De Vries et al., 2016, s. 152). Rogers kan forstås som å sidestille nyskaping/nyhet og innovasjon når han definerer innovasjon som «an idea, practice, or object that is perceived as new by an individual or other unit of adoption» (se Rogers, 2003, s. 12). Figurativt kan dette uttrykkes slik:



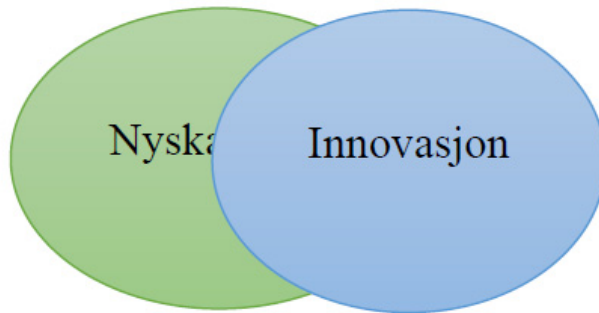
**Figur 2.1:** Alternativ nr. 1.

Alternativ nr. 2 representerer et forsøk på å skille begrepene fra hverandre. Alternativet legger til grunn at begrepene «nyskaping» og «innovasjon» har et delvis overlappende, men ikke fullstendig likt, meningsinnhold. Forslaget kan ses som en utdypning av Erik Lerdahls måte å trekke begrepsgrensene på: «I motsetning til innovasjon trenger ikke nyskaping å være direkte knyttet til økonomisk verdiskaping. For eksempel kan verdiskaping skje i form av forenklinger og forbedringer på arbeidsplassen» (Lerdahl, 2017, s. 16). Alternativet tar utgangspunkt i *hvorfor* man holder på med en bestemt aktivitet, og foreslår at en nyskaping kan ha opphav i en mer bredspektret intensjon enn en innovasjon (se Elster, 1984, ix–x flg. for et forsvar for «intentional explanations» fremfor «functional explanations» i samfunnsvitenskapelig forskning). Ifølge den tverrdisiplinære og mye siterte definisjonen av «innovasjon» i Baregheh et al. (2009, s. 1334) er innovasjonsvirksomhet noe som organisasjoner gjør «in order to advance, compete and differentiate themselves successfully in their marketplace». Definisjonen impliserer et innovasjonsbegrep som virker noe snevrere enn hva det etymologiske *opphavet* til «innovate» indikerer (se for eksempel Marxt & Hacklin, 2005, s. 414). Innovasjonsarbeid

kobles her tett til den økonomiske profittorienterte sfære og den hobbesianske antagelsen om egeninteressen som basis for handling. I forskning på innovasjon i offentlig sektor blir det dessuten fremhevet at innovasjon kan motiveres av offentlige målsettinger, påvirket av politiske krav om for eksempel økt effektivitet, velferd og legitimitet (se De Vries et al., 2016, s. 154–155 og s. 162). Samtidig går det kanskje an å skille ut to siktemål som i større grad *særpreger* en nyskapning i det norske språket. For det første fremstår det mest nærliggende å betegne kreative og unike arbeid av idealistisk karakter som nyskapninger fremfor innovasjoner, altså det som i «opplysningstidens ånd» gjøres i fellesskapets interesse og for å bidra til verdens fremskritt (se for eksempel beskrivelsen av «the project of modernity» i Habermas, 1996, s. 45). Jeg tenker da på forbedringer som for eksempel sikter mot å øke menneskers frihet, fremme helse og trivsel, gi mer kunnskap og innsikt og hjelpe til å sikre rettferdighet. Eksempelvis kan Lauterpacht og Lemkins konstruksjon av de rettslige konseptene «forbrytelser mot menneskeheten» og «folkemord» ses som utslag av et ønske om rettferdig oppgjør med krigsforbrytere (Sands, 2018). For det andre kan man holde på med nyskaping «bare for moro skyld» helt uten økonomiske baktanker og upåvirket av statlig styring. Upubliserte uttrykk (som for eksempel en nabos kreative kallenavn på folk i nabolaget) eller upraktiske konstruksjoner (som for eksempel Reodor Felgens originale «suppeskje med lyd-demper») kan kanskje trekkes frem som to eksempler på nyskapninger som ikke også er innovasjoner. Motivasjonen bak virksomheten er i slike tilfeller utelukende eller primært *eudaimonistisk* orientert, uten kommersielt eller industrielt siktemål. Ifølge den eudaimonistiske tilnærmingen til velvære (well-being) handler velvære om å realisere ens menneskelige potensial, å leve livet slik det var tiltenkt man skulle leve (se nærmere Deci & Ryan, 2008, s. 2). Man har gjort noe meningsfullt, men ikke nødvendigvis så nyttig.

I tillegg trenger nødvendigvis ikke enhver innovasjon også være en nyskapning. For å få patent etter patentloven § 2 første ledd må oppfinnelsen være ny i forhold til «hva som var kjent» før man sendte søknaden. Det avgjørende for å få enerett til å utnytte oppfinnelsen kommersielt er altså at oppfinnelsen ikke har vært *kjent* for omverdenen fra tidligere, om oppfinnelsen *eksisterte* i forkant (for eksempel på en annen persons arbeidsbenk), har ikke betydning (Stenvik, 1997, s. 962). Det er den første søker («first to file») og ikke den første oppfinner («first to invent») som har rett til patent. Denne patentrettslige grensedragningen kan gi grunnlag for en nyanse: En *nyhet* krever (kun) at oppfinnelsen ikke tidligere har blitt kommunisert til omverdenen, mens en *nyskapning* krever at oppfinnelsen ikke eksisterer i forkant av skaperens egen tankeprosess. I dette bildet blir innovasjoner produkter, tjenester og prosedyrer som kan karakteriseres som nyheter, men ikke nødvendigvis

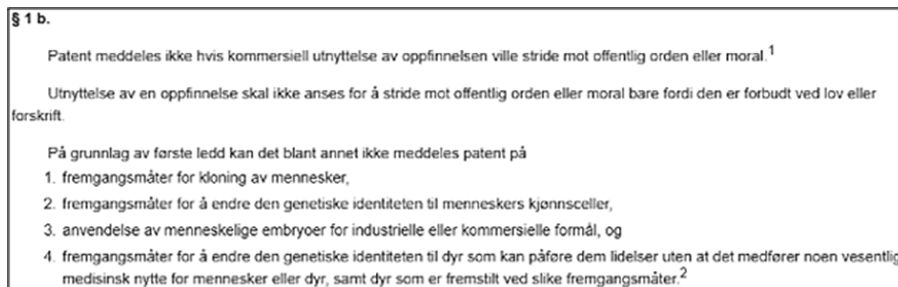
nyskapingner (sml. det flertydige uttrykket «new» benyttet i innovasjonsdefinisjonen til Baregheh et al., 2009, s. 1334). Sammenfattet kan dette figurativt uttrykkes slik:



**Figur 2.2:** Alternativ nr. 2.

Min antagelse er at alternativ nr. 2 vil være mest gjenkjennbart for en bredest krets av mennesker. En videre *fordel* med å legge alternativ nr. 2 til grunn er at en slik begrepsfastsettelse kan gi en teoretisk plattform for å problematisere «snevre» innovasjonsdefinisjoner som ikke fanger opp all den nyskaping som skjer i samfunnet, og som kan virke «fremmedgjørende» for dem som ikke jobber innen teknologi- og realfag. I Reuters' rangering av verdens 100 mest innovative universiteter (Reuters, u.å.) er for eksempel kriteriene for utarbeidingen av listen utelukkende næringslivsrelaterte og svært patentfokuserte – knyttet til slike forhold som organisasjonens patent-volum, patent-suksess og patent-siteringer (se også Smith, 2005, s. 158–160 om patentdata som sentral innovasjonsindikator). Med utgangspunkt i alternativ nr. 2 kan man fremheve hvordan nyskaping er viktig og meningsfullt *uten* at man samtidig har en slagside mot økonomiske målestokker og privat sektor. En kåring av verdens 100 mest *nyskapende* universiteter kunne slik ført til et annet resultat. Smith (2005, s. 161–162) skildrer i denne sammenheng en alternativ måte å måle innovasjon på basert på bruk av ekspertpanel, spørreundersøkelser og dokumentanalyser. Kanskje kan det også være et egnet utgangspunkt for en «nyskappingsindikator».

## UØNSKET NYSKAPNING – PATENTRETTEEN SOM BREMS FOR TEKNOLOGISK UTVIKLING



Figur 2.3: Faksimile fra patentloven § 1b.

I innovasjonslitteraturen (for eksempel Smith, 2015, s. 115–119; Tidd & Bessant, 2021, s. 131–135) fremheves den sterke sammenhengen mellom *patentrettslig beskyttelse* (industrielt rettsvern) og *suksess i innovasjonsvirksomheten* (økonomisk fortjeneste for innsatsen som er lagt ned). Det norske Patentstyrets visjon er da også «Gjør ideer til verdier», et budskap tydelig markert ved inngangen til etatens lokaler i Oslo. Patentrettigheter kan på denne måten fungere som *drivere* for videre nyskapning (se også pkt. 1 om patentrettens begrunnelse). Samtidig kan patentretten potensielt også bidra til å *bremse* den teknologiske utviklingen på visse felt gjennom den lovfestede adgangen til å begrense meddelelse av patent, og det er mitt fokus i det følgende. Man kan kanskje si at temaet dermed blir (en av) rettsordenens måte å markere uønsket nyskapning på.

Det følger av patentloven § 1b første ledd at patent ikke meddeles dersom kommersiell utnyttelse av oppfinnelsen vil stride mot «offentlig orden eller moral». Bestemmelsen gjennomfører EUs biopatentdirektiv art. 6 (1) i norsk rett og har til nå vært lite anvendt i praksis (Stenvik, 2020, s. 153). I biopatentdirektivets art. 6 og patentkonvensjonens art. 53 brukes formuleringen *ordre public*, en reservasjon som ellers i internasjonal privatrett benyttes for å avskjære anvendelsen av utenlandsk rett der denne vil føre til et resultat som strider mot fundamentale prinsipper i eget lands rettssystem (Cordero-Moss, 2021 s. 152). I patentloven § 1b tredje ledd blir virkeområdet til bestemmelsen illustrert, og gjennom disse spesifiseringene ser man en orientering mot oppfinnelser på bioteknologiens område. Tredje ledd angår tilfeller der bestemmelsen kan anvendes, og kan slik sies å gi et bilde av *når* en nyskapning anses å ha mørke baksider (slik norsk lovgiver vurderer det) – for eksempel når det gjelder fremgangsmåter for kloning av mennesker. Formuleringen «blant annet» viser imidlertid at tredje ledd ikke oppstiller en uttømmende liste for når en kommersiell utnyttelse av en oppfinnelse vil stride mot «offentlig

orden eller moral». Bestemmelsen har et bredere nedslagsfelt enn bioteknologiens sfære.

I juridisk teori legges det til grunn at formålet med dette patenteringsforbudet ikke er å *hindre* kommersiell virksomhet i strid med offentlig orden og moral, siden nektelse av patent ikke vil kunne gjøre det umulig for søkeren å utnytte oppfinnelsen på et vis (Stenvik, 2020, s. 153). En revolusjonerende brev bombe kan for eksempel fortsatt bli solgt på det ulovlige markedet selv om oppfinneren ikke meddeles patent for det vedkommende har skapt. Formålet med patenteringsforbudet er i stedet at man ikke vil *stimulere* til frembringelse av oppfinnelser der den kommersielle utnyttelsen vil stride mot offentlig orden og moral, og heller ikke gi oppfinnelsen den *offentlige anerkjennelsen* som en patentering blir forstått som (Stenvik, 2020, s. 154). Denne beskrivelsen av formålet med patentloven § 1b kan kanskje gi et bidrag til den nærmere forståelsen av forholdet mellom begrepene «nyskaping» og «teknologisk utvikling». Schumpeters inndeling i noen «steps of technological development» (se videre henvisninger i pkt. 3) impliserer at «teknologisk utvikling» er et samlebegrep som omfatter stadiene idé (oppfinnelse), innovasjon og til slutt diffusjon (spredning). Patentloven § 1b er egnet til å belyse statens potensielle *negative påvirkning* på denne prosessen: Når adgangen til å nekte patent tas i bruk, er ambisjonen at diffusjonen gjøres vanskeligere og blir mer begrenset. Gjennom signalet om hva som er uønsket nyskaping, er håpet at håndhevelsen av bestemmelsen vil kunne bremse den teknologiske utviklingen på visse felt (se Bilz & Nadler, 2014, s. 248–250 om «architectural nudges»). Å regulere menneskers adferd er ifølge flere betydningsfulle rettsfilosofier den mest dekkende overordnede definisjonen på rettens funksjon i et samfunn (Hart, 2012, s. 249; Raz, 2009, s. 164). Samtidig er det lett å overvurdere offentlige myndigheters mulighet til å forme verden gjennom lovgivning (Goodin et al., 2006, s. 3–4). En problemstilling her er om en annen formulering av patentloven § 1b kan være *bedre* egnet til å adressere uønskede nyskaping.

Muligheten for å nekte meddelelse av patent er knyttet til vurderingstemaet «offentlig orden eller moral». Det er først når kommersiell utnyttelse av oppfinnelsen vil stride mot «offentlig orden eller moral», at patentloven § 1b gir hjemmel for å nekte patentering. I europeisk praksis er det nærmere konkretisert hvilke verdier som det er «generally accepted» at denne henvisningen omfatter: vern av den offentlige sikkerhet, vern av individers fysiske integritet og i tillegg beskyttelsen av miljøet (se Stenvik, 2020, s. 153 med videre henvisninger). Samtidig har EU-domstolen lagt til grunn at medlemslandene har stor grad av skjønnsfrihet ved anvendelsen av biopatentdirektivets art. 6 (1), som altså tilsvarende patentloven § 1b første ledd (se for eksempel sak C-377/98 Nederland mot kommisjonen, avs. 37–39). Det

betyr at domstolen vil være tilbakeholden med å prøve nasjonale vurderinger av hva som anses i strid med «offentlig orden eller moral» i ulike land.

«Offentlig orden eller moral» er både et svært vagt begrep og en variabel størrelse. Hva som er i strid med allmenmoralen, vil være i endring etter hvert som tiden går og hvilket land man befinner seg i. Vurderingen av «offentlig orden eller moral» vil altså kunne være ganske annerledes i Norge anno 2023 sammenlignet med Ungarn anno 2043. Selv om *ordre public* er et etablert referansepunkt i internasjonal privatrett, blir det samtidig fremhevet at hvilke prinsipper som utgjør *ordre public* i et bestemt rettssystem, ikke er fastsatt en gang for alle (Cordero-Moss, 2021, s. 160). En utfordring ved vurderingstemaet er at vurderingen blir «stedbundet», mens risikoer ved en oppfinnelse typisk overskrider landegrensener. En annen utfordring er at vurderingen blir nåtidsorientert og «tidsrelativ», uten at det tas tilstrekkelig høyde for at risikoer ved en oppfinnelse tidligere har blitt oppdaget for sent. I begynnelsen ble for eksempel Thomas Midgley jr. hedret for sitt bidrag i utviklingen av KFK-gasser til bruk i kjøleskap (han ble blant annet tildelt Perkin-medaljen i 1937), det var først *i ettertid* at man ble klar over de store miljømessige konsekvensene av denne typen gassutslipp (innovasjonen var likevel skadelig for miljøet hele tiden). Et viktig rettspolitisk spørsmål er derfor om «offentlig orden eller moral» er et helt tilfredsstillende referansepunkt, eller om det er nødvendig å spesifisere og universalisere vurderingstemaet ytterligere. Et alternativ kan være å ta mer direkte utgangspunkt i noen ukrenkelige verdier og tungtveiende prinsipper som en kommersiell utnyttelse av oppfinnelsen kreves å måtte respektere/iakttas. Hensynet til respekt for *menneskets verdighet* kan kanskje være et eksempel på ett hensyn (av flere mulige) som i denne sammenheng kan betegnes som en ukrenkelig verdi.

I dagens lovtekst gjør orienteringspunktet mot bioteknologien at hensynet til *dyrevelferd* blir fremhevet som et tungtveiende prinsipp i vurderingen av om patent skal nektes, se her patentloven § 1b tredje ledd bokstav b, der det refereres direkte til verdien av å unngå lidelse på dyr (Oncomus 1-saken (TC-19-90) gir en illustrasjon på en slik dyrevelferdsvurdering). Kunstig intelligens er en annen hurtigvoksende, men ennå i stor grad urealisert teknologi («emergent technology»). Ifølge en 2019-rapport fra Verdensorganisasjonen for immaterialrett (WIPO) er kunstig intelligens den av dagens fremvoksende teknologier som fører til flest patentsøknader og patenttildelinger (WIPO, 2019). Enkelte trekk ved utviklingen på dette feltet kan sies å aktualisere verdien av respekt for menneskets verdighet, som jeg skal forsøke å konkretisere nedenfor.

Det er vanskelig å finne en referanse til «menneskets verdighet» i patentlovgivningen eller i patentrettslitteraturen knyttet til patentloven § 1b. Ideen om «men-

neskets verdighet» er imidlertid fremtredende i europeisk menneskerettslovgivning: I art. 1 i EUs pakt om grunnleggende rettigheter (*Charter on Fundamental Rights*) slås det fast at «Den menneskelige værdighed er ukrenkkelig». Pakten fikk status som rettslig bindende primærrett for EUs medlemsland gjennom Lisboa-traktaten, se EU-traktaten art. 6 nr. 1. Tanken om menneskets verdighet vil derfor også kunne stå sentralt når forslag til ny lovgivning på EU-plan skal begrunnes. Et eksempel på dette gir EUs kommisjonens forslag til regulering av AI-systemer fra 2021, beskrevet som «a world-first attempt at horizontal regulation of AI systems» (Veale & Zuiderveen Borgesius, 2021, s. 112). I avs. 15 i dette forslaget fortale fremgår det at kunstig intelligens-teknologi kan bli «misused and provide novel and powerful tools for manipulative, exploitative and social control practices». Slike praksiser bør forbys fordi «they contradict Union values of respect for human dignity, freedom, equality, democracy and the rule of law and Union fundamental rights». Bruk av kunstig intelligens på denne måten utgjør altså en «unacceptable risks to important Union public interests» (fortalens avs. 27). EU-kommisjonens måte å presisere hva hensynet til respekt for menneskets verdighet betyr i praksis, minner om Jeremy Waldrons beskrivelse av hvordan retten kan beskytte, anerkjenne eller promotere menneskets verdighet: ved at enhver persons tilstedeværelse i samfunnsfellesskapet blir *tatt seriøst* i andres liv og gjennom andres holdninger og handlinger overfor vedkommende (se nærmere Waldron, 2012b, s. 202). I kantiansk tradisjon har menneskets verdighet (dignity) blitt forbundet med menneskets *verd* (worth), mens betegnelsen blant andre forfattere – deriblant hos Waldron – har blitt brukt som et synonym eller forlengelse av menneskers *ære* (honor) (Dan-Cohen, 2012, s. 3–4). Waldrons forståelse av ideen om menneskets verdighet (se også Waldron, 2012a, s. 30) kan kanskje *allerede nå* bidra til å belyse hvordan hensynet til respekt for menneskets verdighet vil kunne stenge for meddelelse for patent for visse typer kunstig intelligens-systemer: Dataprogrammer skapt for å manipulere og utnytte andre mennesker behandler dem ikke seriøst, og patent for denne typen oppfinnelser må derfor nektes.

En hypotetisk lovbestemmelse som retter et tydeligere krav om at ingen kommersiell utnyttelse av oppfinnelsen kan medføre en krenkelse av noen nærmere spesifiserte verdier (som hensynet til respekt for menneskets verdighet), kan være en måte å adressere de to utfordringene på som nåværende vurderingstema («offentlig orden eller moral») reiser. Hvis verdiene defineres relativt likt over landegrensene, kan vurderingen av om patent skal nektes, bli mindre «stedbundet» enn det som dagens regulering legger opp til. Dessuten kan en verdi krenkes ved en oppfinnelse selv om mennesker (ennå) ikke har full innsikt i risikoene som oppfinnelsen byr på. Å ta utgangspunkt i konkretiserte verdier vil slik kunne gjøre vur-

deringen av om patent skal nektes, mindre «tidsrelativ» enn det som dagens regulering åpner opp for. Endringen vil med andre ord kunne gjøre manglende kunnskap om risikoer ved en oppfinnelse mindre unnskyldelig, og dermed sikre en grundigere vurdering av patentsøknaden. Mer generelt kan det hevdes at en slik justering av bestemmelsen vil kunne gjøre det lettere for berørte aktører å få tak på hva som står på spill, og av den grunn i større grad påvirke adferd (se Bilz & Nader, 2014, s. 247). Om formuleringsmåten får tydeligere frem hvorfor bestemmelsen trengs, kan det føre til at flere innretter seg etter forbudet (se Goodin et al., 2006, s. 5–7 om politikkutforming som «a matter of persuasion»).

## KONKLUSJON

I denne teksten har jeg forsøkt å vise hvordan man med et utgangspunkt i arbeider innenfor feltet immaterialrett kan belyse begrepet «nyskapning». I pkt. 3 trakk jeg frem kommuniserbarhet som tilstrekkelig betingelse for å kalle noe en nyskapning. I pkt. 4. foreslo jeg at en nyskapning kjennetegnes både ved en bruk av kreativitet og et preg av unikheter, inspirert av to sentrale vurderinger i opphavsretten og patentretten. I pkt. 5 forsøkte jeg å skildre en måte som nyskapningen kan sies å ha en særegen rolle på ved siden av innovasjonen. I pkt. 6. tematiserte jeg patentloven § 1b, som kan sies å være (en av) rettsordenens måte å markere uønsket nyskapning på.

Denne teksten har flere begrensninger som kan danne grunnlag for nye studier. De immaterialrettslige vurderingene jeg er innom, er detaljerte og komplekse, og det er ikke mulig å få frem alle nyanser i dette formatet. Dessuten medfører det tverrdisiplinære aspektet ved teksten at det kan være viktig litteratur på et eller flere av fagområdene som jeg ikke har vært klar over. Jeg har heller ikke vært opp-tatt av i hvilken grad mine forslag i pkt. 5 og 6 er praktisk gjennomførbare per i dag, man kan for eksempel fremheve at endringen skissert i pkt. 6 er ganske urealistisk for tiden (se også Galston, 2006, s. 554 om gravitasjonen mot status quo).

Dette bidraget kan ses som en invitasjon til en videre diskusjon om hva som er den mest treffende måten å forstå nyskapningsbegrepet og møte nyskapningsutfordringer på (se også Baz, 2016, s. 121). Kanskje kan teksten også lede til andre studier med en metodologisk innfallsvinkel der juridiske tekster brukes som plattform for filosofiske prosjekt. En målsetting er at noe av det jeg har skrevet, kan bidra til økt klarhet rundt et sentralt begrep i samfunnsdebatten generelt og i høyere utdanningsdiskursen spesielt (jf. Glock, 2008, s. 260 om den analytiske filosofiens potensial). Hvis det er tilfellet, kan teksten gi teoretisk input til senere empi-



riske studier som berører nyskapingstematikk (se også List & Valentini, 2016, s. 526–527 om samspillet mellom politisk teori og statsvitenskap).

## MERKNADER

Takk til juristgruppen ved HVL og HVO, Morten Walløe Tvedt, Veronika Trenger-eid og Eli Kristin Nyttun Leirdal, for nyttige innspill ved arbeidet med denne teksten. Forfatteren har ingen interessekonflikter.

## LITTERATUR

- Amabile, T. M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76(5), 76–87.
- Asdal, K. & Reinertsen, H. (2020). *Hvordan gjøre dokumentanalyse – en praksisorientert metode*. Cappelen Damm Akademisk.
- Baregheh, A., Rowley, J. & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578>.
- Baz, A. (2016). Ordinary language philosophy. I H. Cappelen, T. S. Gendler & J. Hawthorne (red.), *The Oxford Handbook of Philosophical Methodology*. Oxford University Press.
- Beaney, M. (2021). Analysis. I E.N. Zalta (red.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Sommer 2021 utg.). <https://plato.stanford.edu/archives/sum2021/entries/analysis/>
- Berlin, I. (1978). The Purpose of Philosophy. I I. Berlin, *Concepts and Categories – Philosophical Essays*. The Hogarth Press.
- Bilz, K. & Nadler, J. (2014). Law, moral attitudes and behavioral change. I E. Zamir & D. Teichman (red.), *The Oxford Handbook of Behavioral Economics and the Law*. Oxford University Press.
- Bix, B. H. (2015). *Jurisprudence: Theory and Context* (7. utg.). Sweet & Maxwell.
- Braunerhjelm, P. & Svensson R. (2010). The inventor's role: was Schumpeter right? *Journal of evolutionary economics*, 20(3), 413–444. <https://doi.org/10.1007/s00191-009-0157-5>.
- Cordero-Moss, G. (2021). *Internasjonal privatrett* (2. utg.). Universitetsforlaget.
- Dan-Cohen, M. (2012). Introduction: Dignity and its (Dis)content. I J. Waldron, *Dignity, Rank, and Rights*. Oxford University Press.
- De Vries, H., Bekkers, V. & Tummers, L. (2016). Innovation in the Public Sector, A Systematic Review and Future Research Agenda. *Public Administration*, 94(1), 146–166. <https://doi.org/10.1111/padm.1220>.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (2008). Hedonia, Eudaimonia and Well-being: An introduction. *Journal of Happiness Studies*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9018-1>.
- Ellis, L. M. (2022). The interpersonal consequences of stealing ideas: Worse character judgments and less co-worker support for an idea (vs. money) thief. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 171, artikkel 104165. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2022.104165>.
- Elster, J. (1984). *Ulysses and the Sirens – Studies in rationality and irrationality* (rev. utg.). Cambridge University Press.
- Fagerberg, J. (2005). Innovation – A Guide to the Literature. I J. Fagerberg, D. C. Mowery & R. Nelson (red.), *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press.

- Forskningsrådet (2022, 12. september). *Vurderingskriterier og karakterskala*.  
<https://www.forskningsradet.no/behandling-av-soknad/slik-behandler-vi-soknader/karaktterskala-og-vurderingskriterier/>
- Galston, W. A. (2006). Political feasibility: Interests and Power. I R. E. Goodin, M. Moran & M. Rein (red.), *The Oxford Handbook of Public Policy*. Oxford University Press.
- Glăveanu, V. P. & Kaufman, J. C. (2019). Creativity – A Historical Perspective. I J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (red.), *The Cambridge Handbook of Creativity* (2. utg.). Cambridge University Press.
- Glock, H. J. (2008). *What is analytical philosophy?* Cambridge University Press.
- Goodin, R. E., Rein, M. & Moran, M. (2006). The public and its policies. I R. E. Goodin, M. Moran & M. Rein (red.), *The Oxford Handbook of Public Policy*. Oxford University Press.
- Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelige metoder* (2. utg.). Fagbokforlaget.
- Habermas, J. (1996). *Modernity: An Unfinished Project*. Republisert i M. P. d'Entrèves & S. Benhabib (red.), *Habermas and the Unfinished Project of Modernity*. Polity Press.
- Hampton, J. (2006). Concepts as Prototypes. I B.H. Ross (red.), *Psychology of Learning and Motivation* (Vol. 46). Academic Press, s. 79–113.
- Hart, H.L.A (2012). *The Concept of Law* (3. utg.). Oxford University Press.
- Hjelseth, A. (2022). *Nyskaping og arbeidslivsrelevans i utdanning og forskning: Noen motforestillinger*. Innlegg presentert ved Fjordkonferansen 2022, Loen.
- Holmvang, B., Hovda, J. S., Madsen, K. M., Nordengen, R. & Sommerstad, H. (2021). *Immateriellrett i et nøtteskall* (2. utg.). Gyldendal.
- Johansen, I. (2009). *Innovasjon og nyskaping* (2. utg.). Tapir akademisk forlag.
- Knoph, R. (1936). *Åndsretten*. Nationaltrykkeriet.
- Kunnskapsdepartementet (2022, 9. desember). *Kvalifikasjonsrammeverket for høyere utdanning*.  
<https://www.regjeringen.no/no/tema/utdanning/hoyere-utdanning/nasjonalt-kvalifikasjonsrammeverk/id564809/>
- Lassen, B. S. (1994). Oversikt over immaterialrettighetene. *Lov og Rett*, 33(8), 451–469.
- Lassen, B. S. & Stenvik, A. (2011). *Kjennetegnrett* (3. utg.). Universitetsforlaget.
- Lerdahl, E. (2017). *Nyskaping – Arbeidsbok i kreative metoder*. Gyldendal.
- List, C. & Valentini, L. (2016). The methodology of political theory. I H. Cappelen, T. S. Gendler & J. Hawthorne (red.), *The Oxford Handbook of Philosophical Methodology*. Oxford University Press.
- March, R. L., Landau, J. D. & Hicks, J. L. (1997). Contributions of inadequate source monitoring to unconscious plagiarism during idea generation. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 23(4), 886–897. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.23.4.886>.
- Margolis, E. & Laurence, S. (2022). Concepts. I E.N. Zalta & U. Nodelman (red.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Høst 2022 utg.). <https://plato.stanford.edu/archives/fall2022/entries/concepts/>
- Marxt, C. & Hacklin, F. (2005). Design, product development, innovation: all the same in the end? A short discussion on terminology. *Journal of engineering design*, 16(4), 413–421.  
<https://doi.org/10.1080/09544820500131169>
- Ot.prp. nr. 32 (1978–79). *Om patentlov*. Justis- og politidepartementet.
- Perry-Smith, J. E. (2006). Social yet creative: the role of social relationships in facilitating individual creativity. *The Academy of Management Journal*, 49(1), 85–101. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2006.20785503>
- Powell, W. W. & Grodal, S. (2005). Network of innovators. I J. Fagerberg, D.C. Mowery & R. R. Nelson (red.), *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press.
- Rawls, J. (1999). *A Theory of Justice* (rev. utg.). Harvard University Press.
- Raz, J. (2009). *The Authority of Law* (2. utg.). Oxford University Press.

- Reuters. (u.å.). *Methodology: Ranking the World's Most Innovative Universities*. Hentet 18. januar 2023 fra <https://www.reuters.com/most-innovative-universities/methodology>
- Rogers, Everett M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5. utg.). Free Press.
- Rognstad, O. A. (2019). *Opphavsrett* (2. utg.). Universitetsforlaget.
- Runco, M. A. & Jaeger, G. J. (2012). The Standard Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96. <https://doi.org/10.1080/10400419.2012.650092>.
- Sands, P. (2018). *Tilbake til Lemberg*. Forlaget Press.
- Schumpeter, J. A. (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149–159.
- Sejersted, F. (1982). Innledning. I F. Sejersted (red.), *Vekst gjennom krise – Studier i norsk teknologihistorie*. Universitetsforlaget.
- Shalley, C. E., Hitt, M. A. & Zhou, J. (2015). Introduction. I C.E. Shalley, M.A. Hitt & J. Zhou (red.), *The Oxford Handbook of Creativity, Innovation and Entrepreneurship*. Oxford University Press.
- Smith, K. (2005). Measuring Innovation. I J. Fagerberg, D.C. Mowery & R. R. Nelson (red.), *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford University Press.
- Smith, D. (2015). *Exploring Innovation* (3. utg.). McGraw-Hill Education.
- Stenvik, A. (1997). Patentlovens nyhetskrav. I V. Hagstrøm, P. Lødrup & M. Aarbakke (red.), *Ånd og rett – Festskrift til Birger Stuevold Lassen*. Universitetsforlaget.
- Stenvik, A. (2001). *Patenters beskyttelsesomfang*. Cappelen Akademisk forlag.
- Stenvik, A. (2020). *Patentrett* (4. utg.). Cappelen Damm.
- Sternberg, R. J. & Lubart, T. I. (1999). The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. I R. J. Sternberg (red.), *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press.
- Stokken, R. (2022). *Paneldebatt: akademias rolle i nyskaping*. Innlegg presentert ved Fjordkonferansen 2022, Loen.
- Stranden, A. L. (2021, 20. juni). *Norsk lege vant europeisk innovasjonspris for neseppray*. Forskning.no. <https://forskning.no/medisinske-metoder/norsk-lege-vant-europeisk-innovasjonspris-for-neseppray/1877293>
- Strawson, P. F. (1992). *Analysis and Metaphysics: An Introduction to Philosophy*. Oxford University Press.
- Thomson, J. J. (2008). *Normativity*. Open Court.
- Tidd, J. & Bessant, J. (2021). *Managing Innovation* (7. utg.). Wiley.
- Veale, M. & Zuiderveen Borgesius, F. (2021). Demystifying the Draft EU Artificial Intelligence Act – Analysing the good, the bad, and the unclear elements of the proposed approach. *Computer Law Review International*, 22(4), <https://doi.org/97-112>. [10.9785/cr-2021-220402](https://doi.org/10.9785/cr-2021-220402).
- Waldron, J. (2012a). *Dignity, Rank, and Rights*. Oxford University Press.
- Waldron, J. (2012b). How law protects human dignity, *Cambridge Law Journal*, 71(1), 200–222. <https://doi.org/10.1017/S0008197312000256>.
- Weinberg, J. M. (2016). Intuitions. I H. Cappelen, T. S. Gendler & J. Hawthorne (red.), *The Oxford Handbook of Philosophical Methodology*. Oxford University Press.
- Weisberg, R. W. (2015). On the Usefulness of «Value» in the Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 27(2), 111–124. <https://doi.org/10.1080/10400419.2015.1030320>.
- WIPO (2019). *WIPO Technology Trends 2019 – Artificial Intelligence*. [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1055.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1055.pdf)
- Aasen, T. M. & Amundsen, O. (2015). *Innovasjonsarbeid*. Gyldendal Akademisk.