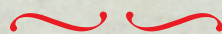

En nation af *kreativitetsslaver*

Fra at være symbol på menneskets frihed er kreativitet blevet en disciplin, vi alle er tvunget til at mestre og innovation er reduceret til et spørgsmål om penge, fordi nationens velstand er i fare.

Lektor **STEEN NEPPER LARSEN** giver et rids over **kreativitetens idéhistorie** og minder om, at *evnen til at tænke innovativt gødes bedst med kendskab til fortiden.*



Kreativitet kommer af det latinske 'creare' og betyder 'at skabe'. Innovation kommer af det latinske 'innovare' og betyder 'at forny'. I dag skal det, vi skaber, helst være nyt – og helst ting, produkter eller serviceydelser, som nogen vil købe. Og allerhelst nogen i andre lande. Innovationsbølgen skyller hen over danskerne med en sådan kraft, at vi ifølge lektor Steen Nepper Larsen, Aarhus Universitet, udsættes for to alvorlige kortslutninger. Den ene reducerer innovation til opfindelse, produktion og salg af nye varer, hvor det også kunne handle om at finde på nye måder at gøre tingene på eller skabe noget skønt eller nyttigt. Den anden ser innovation som kontrast til fortiden, hvor det snarere burde handle om kontinuitet og nænsom omgang med historien.

De begrebslige kortslutninger skyldes, at vi er under pres. Krisen kradsler. Den eneste disciplin, hvor vi efter sigende har en chance i den globale konkurrence, er den, der går ud på at få gode idéer. Vi ved det, og skulle vi have glemmt det, får vi det at vide igen og igen. Refrænet i denne opsang er blevet en landeplage, der har gjaldet ud over nationen, lige siden vi begyndte at udskibe produktionen til lavtlønslande. Og selvfølgelig er

der noget om snakken. Men i vores iver efter innovation glemmer vi, at det også kunne handle om at få idéer til, hvad der kunne være godt for mennesket.

”I dag er kreativitet noget, vi har fået for, ligesom lektier. Det er blevet obligatorisk, noget vi er forpligtet til, hvor det i det 20. århundrede var noget, der skulle gøre os frie. Kreativitet, der ikke er økonomisk profitabel, eller som ikke arbejder målrettet på at blive det, dømmes ude”, mener Steen Nepper Larsen.

Den dominerende måde at forstå kreativitet og innovation på i dag kobler begreberne sammen i en økonomisk trepunktslogik:

”Kreativiteten skal generere gode idéer, der skal føre til udvikling af innovative produkter, der så skal 'launches' på markedet. Kun for så vidt det lykkes at omsætte kreativiteten til en vare – et produkt eller en serviceydelse – man kan tjene på, er det kreative noget værd, ja kun da er der overhovedet tale om kreativitet. Det er denne ”creativity – innovation – product launch”-logik, som både virksomheder og forvaltningssystemer opererer ensidigt ud fra”, mener Steen Nepper Larsen.

Menneskets gådefuldhed

Men man kunne jo også tænke kreativitet på en anden måde, foreslår han.

”Man kan se det som menneskers evne til i bestemte situationer og på bestemte foran-

ledninger at gennemføre noget afgørende andet, vride noget nyt ud af det gamle, tænke divergent, vove noget, bryde med konventioner, bryde med chefen, bryde med i går og have øje for i morgen – altså som en blot og bar besyngelse af det forhold, at der kan indtræffe noget, som verdens øjne ikke har set før – og som vel at mærke ikke behøver være bundet til den store test på markedet. Denne besyngelse svarer til at besynges menneskets gådefuldhed og det talent for at overraske, som man i videnskabsøkonomien så gerne vil fremelske og dressere. Men det er jo imod

”Tilsyneladende skal vi altså leve af **eksport af gode idéer og lønsomme tanker** – idéer og tanker der netop kun opfattes som gode og lønsomme, hvis de kan eksporteres og styrke betalingsbalancen.”

KREATIVITETENS FIRE FLYTTEDAGE

Idéhistorisk set har den vestlige verdens begreber om 'kreativitet' ifølge Steen Nepper Larsen flyttet sig afgørende fire gange:



GUDS MONOPOL PÅ AT SKABE

I den kristne kulturkreds er Gud blevet tænkt som den transcendente instans, der skabte

hele verden ud af ingenting – 'creatio ex nihilo'. Gud har også skabt mennesket, og selvom dets privilegium er at være skabt i Guds billede, kan mennesket ikke skabe noget principielt nyt. Den samme tanke gør sig gældende i den antikke græske filosofi. Hos Platon genanvender mennesket de guddommelige idéer, når det fremstiller ting, og hos Aristoteles er den menneskelige frembringelseskunst efterligning af naturen.

RENÆSSANCEN:

Menneskets værdighed (ca. 1500)

Renæssancefilosofferne betoner, at ganske vist er mennesket skabt af Gud, men det er samtidig kronen

på skaberværket. Mennesket er derfor en slags 'stand in' for Gud i verdslig udgave, udstyret med evnen til og muligheden for at hæve sig over naturen og skabe nyt – vel at mærke inden for rammerne af den guddommelige verdensorden. I renæssancen formuleres for første gang tanken om, at mennesket står på egne ben og har en særlig værdighed.

Renæssancefilosoffen Pico della Mirandola lader i skriftet 'Menneskets værdighed' (1486) Gud holde en tale til mennesket, der udtrykker periodens optimistiske menneskesyn:

”De øvrige skabningers natur begrænses og defineres af love, der er foreskrevet af os. Du holdes ikke tilbage af nogle uovervindelige skranke, men skal selv bestemme din natur i overensstemmelse med din egen frie vilje, i hvis varetægt jeg har overgivet dig”.



kreativitetens natur at afkræve den bestemte resultater”, siger Steen Nepper Larsen.

Han understreger, at den tvang til kreativitet, der kendetegner videnskøkonomien, ophæver den frihed, som tidligere var kreativitetens mål.

”Mennesket bliver vareliggjort, når det altid skal tænke i økonomiens tegn og kun kan være kreativ, for så vidt det kan sælge sine tanker. Mit alternativ ville være at udtænke et positivt begreb om kreativitet, der handler om at opfinde ting med god brugsværdi og relationsformer, der styrker de sociale fællesskaber”, siger han.

Men kan en sådan vision virkeliggøres? Ja, mener Steen Nepper Larsen.

”Jeg tror, rigtig mange mennesker arbejder for det. Jeg har stor tiltro til, at der findes en masse lærere, pædagoger, politikere, kunstnere osv., der fornemmer det samme ubehag ved, at kreativiteten instrumentaliseres til et redskab, der i sidste ende skal bidrage til kapitalisering”, siger han.

Men nemt er det ikke.

”I dag er samfundet så komplekst, at økonomien får lov at være autistisk. Det er det eneste system i samfundet, der ikke skal stå til regnskab for andre systemer – i modsætning til fx specialpædagogikken, hospitalerne, uddannelserne og kunsten, der skal begrunde sig selv over for økonomien. Vi får en økonomisk skævvridning af samfundet, der taler

”Vi får en *økonomistisk skævvridning af samfundet, der taler strategisk kælent om kreativitet. Men det er hykleri, for den store samfundsmaskine er egentlig ligeglad med kreativiteten.*”

strategisk kælent om kreativitet. Men det er hykleri, for den store samfundsmaskine er egentlig ligeglad med kreativiteten. Det, samfundet ikke er ligeglad med, er penge og profitmaksimering. Disse anmassende og abstrakte størrelse bestemmer. Det er jo ikke, fordi det er illegitimt at producere varer, men det er illegitimt og meget uheldigt, at vareproduktionslogikken får lov til at bestemme over alle andre systemer”, siger han.

En gammel nyhed

At vi skal tænke innovativt er ikke noget nyt. Mennesket har altid lanceret nye varer på skiftende markeder, og kapitalismen har som Vestens bærende samfundsmodel altid skreget på nye produkter, udtænkt nye produktionsformer og udviklet produktivkræfterne. Det nye er, at det, der skal sælges, er gode idéer, og at produktivkræfterne er flyttet fra maskinrummet ind i de mentale rum.

”Hvad er altså innovation? I dag er innovation noget, vi mener, vi skal leve af. Grunden til, at vi skal leve af innovation, er – det siges igen og igen – at vi ikke kan underbyde indiske telefonoperatører og polske champignonproducenter på prisen”, siger han.

Tilsyneladende skal vi altså leve af eksport af gode idéer og lønsomme tanker – idéer og tanker, der netop kun opfattes som gode og lønsomme, hvis de kan eksporteres og styrke betalingsbalancen.

”Det er klart, at det er fantastisk, når Audi opfinder en bedre airbag, eller når dygtige ingeniører konstruerer en dieselmotor, der kan reducere CO2-udslippet. Det er der ingen, der kan have noget imod. Men spørgsmålet er, om det er den matrice, al form for innovation skal tænkes ud fra?”, spørger Steen Nepper Larsen.

Innovation kan nemlig også bestå i løsninger, der gør mennesker mindre tilbøjelige til at



LUDWIG VAN BEETHOVEN

SCANPIX

ROMANTIK: Det skabende geni (ca. 1800)

Gradvist forrykkes det filosofiske menneskesyn fra mennesket som skabt væsen til mennesket som skabende væsen. Mod slutningen af 1700-tallet taler filosofen Immanuel Kant om menneskets særlige 'skaberkraft' og 'indbildningskraft', der i den romantiske filosofi omkring 1800 betones yderligere: Den virkelige skaberkraft finder man hos geniet, kunstneren og andre særligt beåndede enere.

”

Steen Nepper Larsen:
”På Kants tid – oplysningstiden – skal mennesket bruge sin indbildnings- og skaberkraft til at øge sin viden, sin forestillings- evne og sin etiske sensibilitet. Selv om der er store forskelle, delte oplysningstilstande og

romantikere drømte om, at mennesket af egen kraft kunne rejse sig ud af sin naturbundethed. Mennesket er andet end forudbestemt natur, og dets kreative opgave er at realisere sin frihed og sit potentiale for det uforudsigelige. Ligesom Münchhausen, der sad fast i sumpen, men hev sig selv op ved håret, skal mennesket bruge sin kreativitet som motor til at komme op af natursumpen”.

HUMANISTISK PSYKOLOGI: Kreativitet som almenmenneskeligt potentiale (1900-tallet)

Alle mennesker har et kreativt potentiale med mulighed for at ændre sit liv. Den tanke er gennemgående

i 1900-tallets humanistiske psykologi. Især perioden 1940'erne - 1960'erne er rig på variationer over det tema, at mennesket som individ ikke er forudbestemt til at blive ligesom sine forfædre eller til at gøre, som det bliver bedt om eller opdraget til af samfundet og dets institutioner.

Sideløbende øges forestillingen om, at der er samfundsmæssigt behov for denne kreative kraft. Det er ikke længere geniet eller kunstneren, men i stigende grad ingeniøren og entreprenøren, der skal skabe ny teknologi, nye opfindelser og nye organiseringsformer. Skabelse ses som innovation – eller 'kreativ destruktion', som økonomen Joseph Schumpeter kalder det i sin teori om "entreprenøren" fra 1930'erne.

Når alle har kreativt potentiale, men samfundets institutioner – familien, organisationen, pædagogikken eller kulturen – forhindrer dem

slå hinanden ihjel. I eksport af forsoningsstrategier til Balkan eller retssystemer til Rwanda.

”Innovation tænkt på den måde kan ikke reduceres til copyright-forhold. Men vi er i gang med at opdrage hinanden til at tro, at innovation handler om så hurtigt som muligt at lave sit eget firma og opfinde Skype eller Facebook. Det er helt forkert. Snarere bør vi sige, at innovationsprocesser kan være socialt, kulturelt og dannelsesmæssigt frugtbare i sig selv og have deres egen værdighed uafhængigt af den økonomiske målestok – fordi de kan gøre os klogere, gladere og pirre vores nysgerighed!”, siger han.

Kontrast eller kontinuitet

Den uafslidelige dyrkelse af innovation har ifølge Steen Nepper Larsen medført en uheldig tilbøjelighed til at opfatte det nye som bedre end det gamle – blot fordi det er nyt.

”Vel er det ej! Tværtimod, for jo mere man tilegner sig traditionen og går i dybden med den, des mere følsomt kan man tænke innovation. Innovation er ikke bare det nye for det nyes egen skyld, men at kunne se mulighederne for det nye i det allerede foreliggende”, siger han.

Filosofisk set misbruger vi begrebet innovation, når vi udelukkende ser det nye som kontrast til det gamle. For det sensibelt registrerende blik handler det snarere om at få

øje på kontinuiteten. For Steen Nepper Larsen er det udtryk for stor visdom, når den tyske filosof Th. W. Adorno siger: ”Kun når det, der er, lader sig forandre, er det, som er, ikke alt”.

”Det er den slags sætninger, der forhekser én. De siger netop, at det værende er sprængfyldt med potentiel anderledeshed. Muligheden for forandring ligger allerede implicit i det værende, som det er, fordi det allerede er ved at kunne blive noget andet. I fornyelsen er der med andre ord både spor af noget nyt og af det gamle. Der er både noget, der kommer til, noget, der fortsætter, og noget, der forsvinder,” understreger Steen Nepper Larsen.

For Adorno er det værende ikke en mængde ting og relationer, der kan objektiveres og klassificeres og udskiftes med andre ting og relationer. Det menneskelige liv kan ikke opsplittes i øjebliksbilleder, der kan modstilles hinanden – men er noget evindeligt tilblivende, der stadigt overskrider sig selv og i overskridelsen bibeholder noget af det gamle.

Steen Nepper Larsen mener, at selvom riget nok så meget fattes penge, er en sådan filosofisk gennemlysning af innovationsbegrebet nødvendig, hvis den så stærkt begærede tankeeksport ikke skal føre til åndelig forarmelse.

”Kreativitet og innovation tænkt på denne sensible måde består i en prøvende tilgang, hvor man fordyber sig i traditionen, dykker ned i substansen og kaster en line ud for at

se om den kan bære. Vores tidsånd har tabt noget af denne respekt for tradition – ikke for traditionens egen skyld, men for dens potentiale som grobund for fornyelse. Vi kan ikke lade som om vi står i år 0. Derfor var det en rigtig dårlig idé, da den franske revolution i både symbolsk og reel forstand ville begynde helt forfra med tidsregningen i 1789, og da kommunisterne i Kina under kulturrevolutionen i 1960’erne ville gøre op med fortiden og eliminere landets historie. Uanset hvad ens innovative fremtidsprojekt går ud på, kommer man ikke uden om det intense og krævende arbejde med at oparbejde og tilegne sig viden om fortiden, hvis hensigten er at overskride den”, slutter han. ■



STEEN NEPPER LARSEN

Lektor ved forskningscenter 'GNOSIS - Sind og tænkning', Aarhus Universitet.

Læs mere

Steen Nepper Larsen: Kategoriale tydinge af den kognitive

kapitalisme – med særligt henblik på at begribe samtidens trang og tvang til kreativitet. GNOSIS Vedhæftning nr. 3. Kbh. 2008 (download på <http://gnosis.au.dk>).

Steen Nepper Larsen: "Innovation som total national forløsning", i: Søren Harnow Klausen og Michael Paulsen (red.): Innovation og læring – i filosofisk og kritisk perspektiv. Aalborg (udgives 2011).

i at udfolde det, åbner en sådan psykologi samtidig for samfundskritik.



Steen Nepper Larsen:

”Fra omkring midten af 20. århundrede tager den kapitalisme-, samfunds- og organisationskritik fart, der er bundet til denne individualpsykologi om menneskets kreative potentiale. Vi ser det fx hos eksistentialismen, der betoner, at mennesket i sin eksistens kan overskride sin essens – dvs. de egenskaber, ikke bare biologien, men også samfundet binder det til. Og hos Frankfurterskolen, hvor Adorno siger, at ”den monolitiske samfundsmæssighed skal gennembrydes af en anden takt”. Ofte besynger civilisationskritikken det uspolerede barns eller den vilde og utæmmedes kreativitet, der ikke får lov at udfolde sig pga. institutionsnære snærende strukturer

eller den restriktive moral i samfundet. Det interessante er, at alle disse kritikformer kobler kreativitet til humanistisk selvrealisering – og ikke til økonomi.”

VIDENS-ØKONOMI :

Kreativitet og innovation som almenmenneskelig pligt (ca. 2000)

Med vidensøkonomien får vi kreativitetens fjerde og foreløbig sidste flyttedag. Nu kobles begreberne kreativitet og innovation tæt til det økonomiske. Innovationsrådets årsrapport fra 2005 er et tydeligt tegn:

”(...) knap 90 pct. af danskerne bruger egne ideer og tager selv initiativ i arbejdet.

Det er noget nær en kreativ totalmobilisering af arbejdsstyrken (...) En række danske virksomheder og institutioner har inden for de seneste år arbejdet med helt nye læringsformer – bl.a. med det formål at finde nye metoder til at forløse menneskets kreative potentiale (...) Innovationsrådet har defineret innovation fundamentalt som noget nyt, der har en værdi på markedet”

Fra Innovationsrådets årsrapport 2005: Innovative Danmark



Steen Nepper Larsen:

”Forestillingen om idéer som produktivkraft og strategisk ressource potenseres. Vi begynder at få kreativitet for som lektier, helt ned i skolen og børnehaven skal vi være kreative subjekter. Kreativitet handler om tænkning, håndlag og hittepåsmhed og har med intelligens, ko-

ordinationsevne og tyding af kontekster at gøre – en hel masse ting, der ikke har med økonomi at gøre. Vi får en økonomisering af det ikke-økonomiske og en tvang til kreativitet og originalitet – man kan jo høre selvmodsigelsen”.

I vidensøkonomien – eller den kognitive kapitalisme – bliver idéer, tanker og kreativ hjernekraft strategiske produktivkræfter.



Steen Nepper Larsen:

”Det er også værdt at huske på, at når mennesker skal leve af at sælge deres kreative idéer, er det jo frihed for ”the chosen few” – Mark Zuckerberg, Janus Friis og Bill Gates fx, men også en formidabel tvang for de fleste, når mennesker kun er noget værd, hvis de genererer idéer, der har værdi på markedet”.

