

Lene Tanggaard

Kreativitetens materialitet

Resumé

Denne artikel undersøger materielle forhold af betydning for kreativitet. Mens kreativitetsforskning traditionelt set har været optaget af de intellektuelle og individuelle færdigheder, der understøtter kreativitet såsom evnen til divergent tænkning, så forstås kreativitet i denne artikel som en integreret del af sociale praksisser. Følgende tre hovedpunkter fremhæves: 1) Kreativitet er langt mere hverdagslig og kollektiv end psykologiske kreativitetsteorier i hovedreglen tillader os at se og forstå. 2) Der er et tæt forhold mellem kontinuitet og fornyelse, hvilket generelt set er overset i megen kreativitetsforskning. 3) Der eksisterer en tæt relation mellem menneske og redskab i kreativitetsprocessen, hvilket nødvendiggør et materialiseret og relationelt blik på selve kreativitetsprocessen.

Nøgleord: *Kreativitet, social praksis, genskabelse, materialitet*

Indledning

Ser vi nærmere på det danske sprog, så har vi mange udtryk for det at skabe eller opdage noget nyt. Vi taler om at opsøge nye terræner, skifte spor, søge nye veje, opdage fremmed land og krydse grænser. I denne artikel vil jeg tage disse landskabsmetaforer for kreativitet alvorligt. Artiklen er kort sagt udtryk for en antagelse om, at disse metaforer udtrykker væsentlige sandheder om kreativitet. Når vi er kreative, så bevæger vi os, bogstaveligt talt

eller metaforisk, ind på nyt land. Vi prøver noget, vi ikke har gjort før, og vi opdager måske noget, der hidtil har været upåagtet. Kreativitet er ikke en ren intellektuel tænkeøvelse: det handler om at opdage nyt land, producere nye ting og måske helt konkret at skifte spor. Artiklen er led i en udarbejdelse af en sociomateriel analytisk optik, der er optaget af, hvilke konkrete forhold, der fremmer kreativitet. Det kan være betydningen af de huse, vi bebor, de redskaber, der er tilgængelige for os at arbejde med, betydningen af at være på rette sted på de rette tidspunkt, at samarbejde med mennesker omkring sig eller at være begunstiget af konkrete økonomiske ressourcer eller barrierer. I artiklen identificeres tre centrale forhold af betydning for kreativitet i en sådan materiel og relationel optik. Det gælder antagelser om, at:

- 1) Kreativitet er langt mere hverdagslig og kollektiv end psykologiske kreativitetsteorier i hovedreglen tillader os at se og forstå.
- 2) Der er et tæt forhold mellem kontinuitet og fornyelse, hvilket generelt set er overset i megen kreativitetsforskning.
- 3) Der eksisterer en tæt relation mellem menneske og redskab i kreativitetsprocessen, hvilket nødvendiggør et materialiseret og relationelt blik på selve kreativitetsprocessen.

Inden disse tre forhold identificeres og beskrives nærmere, skal vi kort dykke ned i selve begrebet kreativitet og dernæst beskrive be-

vægelsen fra individ til materialitet, der udgør kernen i denne artikels kreativitetsforståelse.

Kreativitetsbegrebet

I dansk sprogbrug associeres kreativitet let med enten leg eller det delvist unyttige. Eksempelvis taler vi om de kreative fag; idræt, musik, billedkunst, materialelære og design, fag, der sjældent afprøves formelt i skolen. Vi taler også om kreative sysler og kreativ udfoldelse, når vi bager en kage eller syr en kjole til hjemmebrug. I denne artikel anvender jeg kreativitetsbegrebet i en lidt bredere og mere pragmatisk forstand som betegnelse for det at tilføre verden noget nyt og betydningsfuldt (Mason, 2003). Det kan være legende let, men det behøver ikke at være tilfældet. Og det er ikke en aktivitet, der er forbeholdt bestemte fag. Ingeniøren og lægen kan lige så vel tilføre verden noget nyt og betydningsfuldt som den, der udfolder sig kreativt i hjemmet. Ja, nogle vil hævde, at det oftere er tilfældet for førstnævnte, hvilket har fået visse teoretikere til at skelne mellem H-kreativitet og P-kreativitet (Ingold & Hallam, 2007). Det vil sige mellem den historisk betydningsfulde kreativitet (H) og den personligt betydningsfulde kreativitet (P), der ikke nødvendigvis tilfører samfundet noget afgørende nyt.

Kreativitetsteoretikeren Pope (2005) fremhæver i relation til en bred kreativitetsforståelse, som anlægges i denne artikel, at man for så vidt lige så vel kunne bruge begrebet produktion eller forandring. Hverken produktion eller forandring fører dog nødvendigvis til noget nyt, men kan lige så vel føre til mere af det samme. Med kreativitetsbegrebet understreges interessen for det nye.

Men hvorfor en interesse for det nye? Ud over at kreativitet er blevet et hypet begreb og alene i den forstand er interessant som genitaliseret diskurs i blandt andet uddannelsesverdenen og i erhvervslivet (Tanggaard, 2010), så er min egen interesse for kreativitetsbegrebet tillige udsprunget af de studier af forholdet

imellem kontinuitet og fornyelse, der er foretaget gennem de seneste 20 år inden for den fremvoksende tradition for situerede studier af læring i forskellige sammenhænge (Se Pedersen & Nielsen, 2009). Her understreges det, at det at lære noget nyt ofte sker i brudfladerne imellem reproduktionen af sociale praksisser og den kontinuerlige fornyelse af disse praksisser, ofte konkret afspejlet i konfliktfyldte relationer imellem de erfarne og de nyankomne (Lave & Wenger, 1991). I en forstand er læring det, der er drivkraft for opkomsten af det nye, men al læring sker samtidigt på baggrund af det, der er og det, vi allerede ved. Situeret læring tematiserer således læring som led i en forandringsproces af personer som deltagere i stadigt ændrede sociale praksisser, men selve denne analytiske optik rummer ikke et eksplicit begreb om forholdet mellem kontinuitet og fornyelse. Denne artikel er således et konkret udtryk for en interesse i at videreudvikle en situeret forståelse af de forhold, der har betydning for frembringelsen af nybrud i og på tværs af sociale praksisser.

Fra individ til materialitet

Hvis vi vender blikket direkte mod kreativitetsforskningen, så har denne i mere almen forstand gennem mange år været præget af det Glâveanu (2010) kalder henholdsvis 'han-kreativitet' og 'jeg-kreativitet'. Han-kreativitet er forestillingen om, at kreativitet er reserveret til særligt unikke genier eller historiske personligheder som Mozart eller Einstein (ofte mænd!). Jeg-kreativitet er derimod ideen om, at alle har mulighed for at være kreative, en forestilling, der især aktiveres af psykologen Guildfords (1950) understregning af, at kreativitet er en såkaldt normalfordelt evne til at ræsonnere på nye måder. Ifølge jeg-kreativitetens paradigme er kreativitet udtryk for individers evne til divergent tænkning, der står i modsætning til konvergent tænkning. Konvergent tænkning er det, vi måler i en intelligenstest, det vil sige evnen til at ræsonnere logisk og svare kor-

rekt på allerede etablerede spørgsmål. Copley fremhæver, at kreativitet har været set som en måde at anvende IQ på eller som en form for IQ i aktion (2001, p. 25). Andre har påpeget, at mange kreative personer ikke scorer særligt højt på en typisk intelligens-test (Joas, 2006), muligvis fordi den kreative vil have en tendens til at finde på sine egne opgaver (eksempelvis ændre på den stillede opgave i testen) og dermed ikke svare korrekt. I begge tendenser er der, hvilket er ganske typisk for den moderne psykologi i det hele taget, et udpræget fokus på det (kreative) individ og et begrænset fokus på materialer, objekter og de omgivelser, der gør kreativitet muligt.

I denne artikel vil jeg gribe fat i en af de nyeste tendenser inden for kreativitetsforskningen, der samtidig udgør et brud med den dominerende individorienterede kreativitetsforskning. Vi kan her kalde det vi-kreativitet for nemheds skyld. Heri ligger en opmærksomhed på, hvordan omgivelser ikke blot former kreativiteten og udgør betingelser for denne, men at disse omgivelser i sig selv er en substantiel komponent af selve det kreative. Her understeges kreativitetens situerede karakter og dens materielle grundlag. Skulptøren gør ikke blot noget ved stenen, stenen gør også noget ved skulptøren og inviterer skulptøren til at arbejde med nogle formationer frem for andre. Tilsvarende er computeren ikke blot et redskab for forfattervirksomheden, men er konkret medskaber af andre tekster end eksempelvis pen og papir har været det gennem tiderne. Det kan være længere tekster end hidtil set eller flere tekster, der er præget af 'copy-paste'. Med andre ord: materialiteten, de redskaber, vi har tilgængeligt, og de omgivelser vi er stedt i, er en integreret del af skabelsesprocessen. Dette svarer til udsagnet om, at viden om produktion af nye produkter sjældent opstår af sig selv, men i konfrontationen med problemer og udfordringer i produktionsprocessen.

I bredere forstand implicerer det sociomaterielle perspektiv dog ikke alene en analyse

af materialitetens betydning for kreativitet forstået som ting og fysiske forhold, men også, at de intellektuelle ressourcer, der måtte være involveret i kreativitet (eksempelvis evnen til at skabe nye synteser ved at krydse indsigter skabt på forskellige områder, analytisk at kunne identificere de ideer, der kan have potentiel værdi og evnen til praktisk at omsætte ideerne (Sternberg, 2006)) forstås som materialiserede fænomener, der så at sige har krop, som de ovenstående metaforer også antyder det. I et materialiseret perspektiv er tænkning og bevidsthed "the cutting edge of the life process itself.... a 'creative advance into novelty'" (Ingold, 2000, *ibid.* p. 19). Kreativitet opstår således, når vi udvikler vore praksisser: ikke via isolerede tænkeprocesser, men som en del af livet selv.

Nærværende artikel er dermed udtryk for et analytisk udgangspunkt, hvor 'hele organismen i dens omverden' er afsættet, hvor menneske og omverden betragtes som uadskillelige størrelser. Som vi skal se er dette i tråd med helt nye bud på en kreativitetsteori (Glâveanu, 2010), der netop fremhæver vigtigheden af at bryde med kreativitetsforskningens hidtil dominerende fokus på det kreative individ for i stedet at bygge på studier af karakteristika ved personers virke i kreative miljøer, kreative fællesskaber og dermed så at sige de materialiserede sammenhænge, hvor kreativitet får betydning. I det følgende vil jeg kort opholde mig ved aktuelle definitioner på kreativitet for derefter nærmere at uddybe elementer i en materialiseret forståelse af kreativitet med særligt afsæt i Ingolds (2000) og Ingold & Hallams (2007) analyser af dette. Artiklen identificerer som nævnt tre teser om kreativitetens materialitet og diskuterer betydningen af disse for kreativitetsforskning og for udviklingen af kreative arbejdsmiljøer i praksis. Her overskrider vi således "det kreative individ" og inddrager materialitet og ting. Men man kunne spørge endnu mere radikalt, om der er kreativitet i det ikke-menneskelige i sig selv?

Kan man fx tale om, at aber er kreative? Eller hunde? Eller myrer? Eller majs? Brinkmanns position i dette temanummer vil være en fortæller for sidstnævnte, og udgør et meget radikalt opgør med individfokuseringen i psykologien. Det er ikke bare organismer, der kan være kreative, men også objekter. I denne artikel kommer jeg ikke decideret ind på en analyse af objekters kreativitet, men en materialiseret kreativitetsforståelse er åben overfor ideen om, at objekter gør noget ved os, og at de derfor er konkrete medskabere af det nye.

Kreativitet: Indre kilde eller konkret udspiring?

Mason (2003) har som allerede nævnt fremhævet, at: 'Kreativitet er det at handle i verden på en ny og betydningsfuld måde'. Sternberg (2006) konkluderer tilsvarende, at få i dag er uenige om, at kreativitet er en proces, der leder til nye produkter eller handlinger (se også Oldham & Cummings, 1996; Amabile, 1996; Pope, 2005). Kreativitet er ikke blot 'novelty', det nye, men implicerer også 'value', altså at ideerne har eller kan få betydning for de måder, vi lever på, og at de ses af andre som kreative ideer. Det er derfor, i overensstemmelse med ovenstående definition, afgørende ikke blot at definere kreativitet som det at få nye ideer, men også som det at realisere disse ideer på betydningsfulde og måske endda konkret materialiserede måder i sociale praksisser (Tanggaard, 2008). Det betyder netop, at kreativitet ikke forbliver en mulig abstrakt, indre psykisk egenskab. Tværtimod understøtter dette perspektiv, at omgivelsernes støtte og parathed til at absorbere det nye er afgørende for, at nye ideer bliver til noget. Kreativitet er et udtryk for konkret fornyelse. Det er dog ikke altid, at omgivelserne er parate til det nye. Sternberg & Lubert (1995) fandt således i et empirisk studium, at studerende er mere villige til at være kreative i kunstudiet, end når de skal skrive et essay. Da de undersøgte dette nærmere fandt de, at nogle lærere havde en tendens til at give

lave karakterer for essays, der gik imod deres egen position. Risikoen ved at være kreativ var altså for stor. Det at være kreativ kan implicere at tage en modsat position end flertallet, og Sternberg (2006) fremhæver selv, at den eneste vej faktisk er at beslutte sig for at være kreativ – på trods af risikoen for fordømmelse og måske midlertidig modstand. Eller omvendt, man må forsøge at forberede sig på de mulige negative reaktioner og udfordringer, et kreativt udspil kan afstedkomme.

På trods af nyhedsaspektet af enhver form for kreativitet og risikoen for, at omverdenen er for træg eller konservativ til at tage imod ideen om det nye, så vil man i en materialiseret optik sige, at kreativitet i bund og grund er en forlængelse og overskridelse af det, vi allerede gør, og at der ikke er så skarpe skel imellem tradition og fornyelse, som vi ellers kan forledes til at tro. Når tøj designerne engang med tiden finder ud af at kunne lukke jeans på andre og smartere måder end med knapper og lynlås, så bygger nyskabelsen (vi kender den ikke, men prøv at forestille dig bukser, der sidder perfekt, og hvor man ikke behøver at fumle med knapper hele tiden (skønt ikke?)), så tager nyskabelsen afsæt i det, vi allerede gør og måske har problemer med (at fumle med knapper). Da jeg i 1999 undersøgte produktudviklingsprocesser på en større dansk virksomhed gennem to måneder, gik det også hurtigt op for mig, at ingeniørerne fik de bedste ideer til nye design, når de var i kontinuerlig dialog med produktionsfolkene. Hvorfor? Fordi et nyt design af et produkt ikke har gang på jorden, hvis det er umuligt at producere, eller hvis ingeniøren ikke kan overbevise produktionschefen om, at det er værd at muliggøre en produktion heraf. Derfor finder ingen nyskabelse sted uden et materielt grundlag, og dialogen mellem ide, design og produktion er altafgørende. Dertil var det i det konkrete studium umuligt præcist at sige, hvem der var ophavsmand/kvinde til de nye ideer, for de kom ofte lige så vel fra ingeniørerne selv og teoretiske kilder som fra selve

produktionsprocessen (Tanggaard, 2010). De aktuelle udflytninger af produktionen af produkter fra vestlige til ikke-vestlige lande vil i denne optik repræsentere en udfordring for de nyskabende processer. Alt andet lige vil den nødvendige dialog mellem produktion og ide være besværliggjort af distancen.

Ingold (2000) griber fat i relationen mellem kontinuitet og fornyelse ved at tale om kreativitet som 're-kreation' og ved at understrege de kontinuerte relationer mellem fortid, nutid og fremtid i skabelsesprocessen. Kreativitet er netop ofte et resultat af en undren over det eksisterende. Det kan være spørgsmål som: Hvorfor går vi med sko? Eller hvordan kan vi lave smukke sko med høje hæle, som er ergonomisk korrekte? Eller hvorfor producerer vi på den måde, vi gør? Måske møder vi under vejs i den kreative proces endda en form for modstand fra de materialer, vi omgiver os med (knappen generer mig eller skærmens tomme lærred vil ikke skrives på). Kreativitet tager derfor afsæt i det eksisterende, er måske et resultat af en form for undren over eller modstand fra vores omverdenen og har derfor helt konkret et materielt afsæt og grundlag.

Hovedproblemet er, at vi ofte er tilbøjelige til at miskende denne kreativitetens materielle grundlag, når vi hylder kreative ikoner; opfinderen, forfatteren eller industrimagnaten. Vi ser dem som enere i fortællinger om, at deres skaberværk alene udgår fra dem selv eller en indre kreativ kilde. Problemet med forestillingen om, at kreativitet udspringer fra indre kilder, som det eksempelvis antages i Otto Scharmers bud på en forståelse af kreativitet formuleret i bogen "Teori U", der går sin sejrsgang blandt ledelseskonsulenter i Danmark, er, at langt de fleste kreative nybrud opstår som forlængelser af det, der allerede findes og ikke som 'pop-ups' hentet direkte fra de indre kilder. Derfor hævder mange kreativitetsforskere, at det kreative både er nyt, men også passende. I forhold til kreativitetsforskningens ide om, at kreativitet ikke blot er det nye, men også det

passende kræver det blot et enkelt spørgsmål at problematisere ideen om, at kreativitet udspringer fra en indre kilde: Hvordan skulle en såkaldt indre kilde kunne identificere, hvad der måtte være et passende kreativt udspil set i forhold til den kontekst, den kreative ide skal lanceres i? Den indre kilde er vel afkoblet fra sin omverden, hvis den er indre, og derfor ude af stand til at afpasse sine udspil til omgivelserne? Problemet med ideen om kreativitet som et fænomen, der i bund og grund udfolder sig via indre kilder er, at denne forståelse installerer en problematisk ontologisk dualisme, hvor selv og omverden ikke ses som en helhed, men som to distinkte størrelser. Hovedproblemet bliver at forbinde den indre og den ydre verden, og i denne artikel forslår jeg som sagt en langt mere relationel forståelse af kreativitet, der ikke skelner skarpt mellem selv og omverden, men netop ser kreative ideer som nogle, der opstår i verden og ikke i postulerede indre emotionelle eller kognitive verdener. Dem, der lykkes med at bryde igennem med en kreativ ide, er netop i stand til at tilføre vores samfund noget nyt blandt andet fordi, produktet måske er tilstrækkeligt genkendeligt. Industrivirksomheder er eksempelvis kun kreative, hvis de finder på nye produkter, som der rent faktisk er afsætning for, og kunstneren kan med nogen ret kun kalde sig kunstner, hvis vedkommendes værker rent faktisk anerkendes som sådan af fagfæller og af publikum. Dette svarer meget godt til Latours idé om, at det er styrken af associationer, som det der afgør tings værdi (Brinkmann, 2011, dette temanummer). Det behøver ikke at betyde, at vi underkender betydningen af det unyttige eller de ideer, som så rent faktisk blot forbliver ideer, men at vi ikke bør overse relationen mellem produktion og forbrug, som den franske sociolog Bourdieu (1993) hævder det i sin analyse af kunstnerens tilblivelse. Ingen kunstner uden afsætning, selvom det ikke er noget, ret mange kunstnere skilter med. Det drejer sig ikke alene om økonomisk omsætning af produkter, men også om den mere

symbolske anerkendelse af kunstneren som kunstner. Igen: Sociale praksisser er ikke blot led i understøttelsen af kreative udspil, men er en fundamental del af identificeringen af det, vi overhovedet kalder kreativt.

Relationen imellem produktion og forbrug kan også ses som led i en betoning af, at der er materielle forudsætninger for kreativitet. Det er eksempelvis intet under, at Firenze i det 15. og 16. århundrede er arnestedet for renæssancen, der indleder et opgør med middelalderen og skaber det moderne Europa, for den stenrige Medici-familie gør alt, hvad de kan, for at tiltrække kunstnere til byen ved at finansiere tilblivelsen af store kunstværker i byens kirker og ny arkitektur. Den, der har råd til at beskæftige sig med et kunstværk i længere tid uden nødvendigvis at skulle bekymre sig om smør på brødet, har gode betingelser for at bidrage til nyskabelse. Amabiles (1996) socialpsykologiske studier har tilsvarende vist, at kreativitet ikke kan forceres, fordi et for stort pres, angst for ikke at levere til tiden eller krav om at skulle producere mere (måske på bekostning af kvaliteten) kan bremse lysten til at være kreativ. Lysten til at være kreativ er i Amabiles forskning fremhævet som noget af det mest afgørende for kreativitet. Selvfølgelig er det også sådan, at lysten til at være kreativ nogle gange kan skærpes af at være under pres, og kreativitet kan også fremprovokeres af en deadline (nød kan lære nøgen kvinde at spinde) (Tanggaard, 2009). Den vigtige pointe er dog her, at et overpres er problematisk, og at de materielle vilkår for kreativitet derfor er centrale, hvad enten vi taler om tid, arbejdsmiljø eller økonomiske betingelser.

Tættere på de materielle betingelser

Jeg vil i det følgende udfolde tre hovedantagelser om de materielle betingelser for kreativitet. Dette vil jeg gøre inspireret af en overvejende antropologisk tilgang til studiet af kreativitet og kulturel improvisation (Ingold & Hallam, 2007; Hastrup, 2007; Ingold, 2000) fra hvilken

jeg mener, vi kan udvikle en kreativitetsteori af 'kød og blod', der repræsenterer et opgør med ideen om, at kreativitet udspringer af individers indre kilder eller radikale opgør med nutiden og eksisterende samfundsstrukturer.

De tre hovedantagelser er som følger:

- 1) Kreativitet er et hverdagsligt fænomen
- 2) Der er et tæt forhold mellem kontinuitet og fornyelse
- 3) Der er en tæt relation mellem menneske og redskab i kreativitetsprocessen

Kreativitet er et hverdagsligt fænomen

Ingold & Hallam (2007), socialantropologer fra universitetet i Aberdeen, giver i antologien med titlen "Creativity and Cultural Improvisation" et bud på, hvordan vi kan forstå kreativitet og improvisation som aspekter af det liv, vi alle sammen lever. De ønsker først og fremmest at udfordre antagelsen om, at kreativitet er noget særligt; et fænomen, der er radikalt afskåret fra den verden, vi bebor. Det gør de ved at samle en række antropologiske studier af tilblivelse af socialt liv og ved at vise, at vores daglige liv er konstant improviserende og dermed kreativt, ofte uden vi direkte oplever det som sådan. Et metaforisk billede for denne stadige improvisation og skabelse er fodgængerens i storbyen, der i mylderet af mennesker på Strøget i sin gang konstant må justere og tilpasse sin gang for at indpasse sig i mængden. Vi lever så at sige i en verden, der konstant er 'in the making', og opretholdelsen af det, vi ville kalde en simpel rutine for mange (at bevæge sig ned eller op ad et strøg) kræver en række umærkelige såvel som mærkelige justeringer, improvisationer og nyskabelser. Selv ikke de huse, vi bebor, er sat i verden en gang for alle, sådan som de var skabt. De skal hele tiden vedligeholdes, mennesker bebor dem på måder, der forandrer dem, vinden og vejret formgiver dem, runder kanterne, sliber hjørnerne og nedbryder materialerne, ligesom

husene gør noget ved de mennesker, der bor i dem.

Ovenstående er sikkert billeder, læseren sagtens kan nikke genkendende til. Til trods for dette, så bygger mange kreativitetsforståelser på, at kreativitet er et resultat af brud på rutinerne eller af refleksion over disse rutiner. Det er, når vi møder et problem eller undrer os, at kreativitet opstår, hævdes det. Derfor bygger mange kreativitetsforståelser også på den grundopfattelse, at kreativitet er et resultat af intellektuelle bedrifter, divergent tænkning og forestillingsevne, mens andre potentielle forhold af betydning sjældent nævnes (Kupferberg, 2009).

Problemet med denne eksklusive kreativitetsforståelse er, at kreativitet reserveres til intellektuelle øjeblikke, og ganske illustrativt bygger disse intellektuelle kreativitetsmodeller ofte på beskrivelser af, hvordan videnskabsmænd har beskrevet deres egen ræsonnementer. Problemet er, at denne forståelse afskærer os fra at se kreativitet som et langt mere dagligdags og kontinuerligt fænomen, der ikke kun er forbeholdt de videnskabelige gennembrud, der i praksis nok også er langt mere kontinuerlige og kollektive end de store videnskabsmænd selv husker dem. Den intellektuelle kreativitetsforståelse svarer lidt til den intellektuelle og kognitive læringsopfattelse, flere forskere i de senere år har forsøgt at gøre op med: nemlig at læring kun sker i skolen og kun er et resultat af refleksion og ikke af daglig deltagelse i en praksis, man forsøger at lære sig (Lave & Wenger, 1991). Det betyder ikke, at brud og aha-oplevelsen ikke også er kreative, men at den kreative proces er langt mere kontinuerlig end den intellektuelle brudmetafor antyder. Den kognitive kreativitetsmodel bygger på forestillingen om, at vi har overtaget en række mentale skemaer fra vores forfædre, hvormed vi fortolker verden, men denne forestilling om, at kreativitet handler om at kombinere disse mentale skemaer er kun en model. Den er som arkitektens model af huset og er ikke

at sammenligne med rigtige huse eller i denne analogi, rigtige mennesker. De lever i kød og blod og er konstant i gang med at genforvalte, forandre og forny eksisterende traditioner og måder at leve livet på.

Et andet problem med ideen om, at kreativitet ikke er et led i almindelige menneskers hverdag er, at det får os til at leve med en forestilling om, at vi som enkeltindivider går ind i en verden, som er mere eller mindre fastlagt og allerede etableret, og at et menneskes handling sjældent gør nogen forskel. De institutioner, de traditioner, de strukturer vi lever med, opfattes som allerede etablerede og fastforankrede størrelser, vi har fået overleveret af vores forfædre og mødre. De skal blot transporteres videre til os og overleveres – som størknede entiteter. I dette billede er der afstand mellem fortid og nutid, og afstanden medieres alene af en ide om kulturel overførelse (af tekster, billeder og tankefigurer, som børnene kan læse om i skolens bøger, få fortalt om eller gå på museum og opleve). En sådan ide om kulturel overlevering er temmelig uodynamisk og kan nemt føre til handlingslammelse. Men det er naturligvis stadig sådan, at noget er 'fastforankret' og stabilt. Blot er det vigtigt at huske, at vi selv har været med til at skabe de strukturer, vi lever med. I modsat fald kan det ske, at vi tænker, at det alligevel ikke gør nogen forskel, hvad jeg gør. Så hvorfor så ikke blot lade være? Ingold & Hallam (2007) abonnerer ikke på en ide om individ og omverdenen om to statiske entiteter, der konfronteres med hinanden, men snarere på et billede af verden i konstant tilblivelse. Det er en opfattelse af, at der ikke er skarpe skel mellem selv og omverden eller mellem tradition og fornyelse og først og fremmest en dynamisk opfattelse af, at vi alle er skabende og alle har muligheder for at modificere, justere og ændre den omverden, vi er stedt i. Verden står ikke overfor mig som en kolos af uforanderlighed, men går mig også aktivt i møde. Vi er sammen konstant i færd med ændringer, og det er i tråd med dette ikke muligt at skille kreation fra

skaber. Lige så vel som materialet også ses som skabende – i konfrontationen med mennesker, der responderer på objekters hårdhed og blødhed eller bare det, der kan gøres med dem.

Det tætte forhold mellem menneske og redskab: Huset er intet uden sine mursten

Et mere direkte udtryk for en materialiseret forståelse af kreativitet er, at intet design er noget uden materialer. Alle ideer til noget nyt – et nyt hus, en ny bil eller et nyt stykke tøj, kræver materialer. Arkitektens design bliver ikke til et nyt hus uden byggematerialer og de håndværkere, der vil få huset op at stå og være til at bo i. Dertil kan vi spørge: Hvem ejer de nye kreationer – designeren eller også dem, der bruger tøjet? Dem, der vil sørge for, at huset fungerer, reparerer det, når det går i stykker og reparere det over tid for at sikre, at det stadig står? Ideen om, at huset ikke er noget uden sine mursten udgør et meget konkret opgør med en individualiseret forståelse af, at kreativitet alene udspringer af intellektuelle, kognitive bedrifter eller fra individuelle emotionelle kilder. Her udstrækkes kreativiteten tværtimod til både at inkludere de materialer, der arbejdes med og arbejder med og som konkret udgør det skabte, og de kontinuerlige viderekreationer af de produkter, vi laver. Som beskrevet af Ingold & Hallam (2007 p. 3): “*And because it is the way we work, the creativity of our imaginative reflections is inseparable from our performative engagements with the material that surrounds us*”. Samtidig er det her, vi finder begrundelsen for den oplevelse, mange sikkert vil have; det er i kontakten med eller modstanden fra de materialer, vi arbejder med, at de nye ideer opstår. Kreativiteten er grundlæggende relationel – også selv om den gode ide popper op, mens vi ligger i havestolen. Pointen er, at øjeblikket i havestolen netop kun er et øjeblik, hvis betydning begrundes i vores engagement i andre forehavender både før og efter. Og måske viser det sig, at den gode ide

i havestolen slet ikke var god eller realiserbar? Det må *vis* sig, om den er det, og derfor angår det relationelle også forholdet til fremtiden.

Fornyelsen rækker tilbage til traditionen

Ingold & Hallam (2007) skriver i introduktionen til deres antologi om kreativitet og kulturel improvisation, at de frem for alt ønsker at udfordre ideen om en radikal distinktion mellem det konventionelle og det nye. På den måde kan man sige, at Ingold & Hallam lægger vægt på beskrivelsen af improvisations generative karakter og ikke så meget på betoningen af kreativitetens nyhedsværdi. De vil faktisk udfordre fejringen af det nye, som de mener kreativitetsdiskursen konkret er bærer af. De fremhæver, at kreativitet ikke i så høj grad, som den modernistiske tankefigur lader indtryk af, er et opgør med de begrænsninger, den nuværende verden besidder, men snarere en form for tilpasning til og svar på de muligheder og barrierer, vi lever med i en verden, der er i stadig bevægelse. Det er en grundforståelse af, at “*The improvisational creativity of which we speak is that of a world that is cresent rather than created; that is ‘always in the making’ (Jackson, 1996: 4) rather than ready-made*” (p. 3). Det er et billede af en verden i konstant tilblivelse snarere end en verden præget af abrupte og pludselige nyskabelser.

I en mere dualistisk forståelse vil man op-høje kreativitet til et særligt stadium af menneskelig formåen, indkredse den til særlige fag eller forstå den som en særlig abstrakt del af en praksis. I en dualistisk forståelse vil man også skelne klart imellem selv og omverden, krop og bevidsthed, men det er altså ikke en sådan forståelse, der her præsenteres.

Når vi er kreative, så producerer vi sjældent viden helt løsrevet fra egen og andres tidligere viden. Vi opdager måske snarere viden på ny, vi genskaber noget, vi tidligere har været optaget af, improviserer ud fra et kendskab til det, vi allerede mestrer, eller måske gør vi det ved at tage noget frem, vi har glemt. Der er

således en kontinuitet imellem det at lære og det at være kreativ. Og der er en sammenhæng imellem imitation og kreativitet, ligesom der vil være det imellem den kontinuerlige og vanemæssige omgang med verden og så de momenter af en praksis, hvor vi tvunget af omstændigheder eller befordret af god tid begynder at reflektere over praksis. Lad os tage et illustrativt og måske provokerende eksempel på dette fra den fiktive verden: Et citat fra romanen "Åbent hus":

"Større mænd end jeg har sagt, at middelmådige kunstnere låner, mens de store stjæler". Sådan tænker manuskriptforfatteren Will Bråten i Lars Saabye Christensens roman "Åbent hus" (2009) da han har sneget sig ind til premieren på filmen af samme navn – en film hvis manuskript en tidligere manuskriptkonsulent har stjålet fra ham uden at lade høre fra sig. Enkelte detaljer er ændret i forhold til Wills oprindelige manuskript. Filmen er henlagt til København i stedet for Oslo. De to unge hovedpersoner Will og Cathrin drikker Tuborg i stedet for Bellini (med eller uden vodka). Til premieren på filmen, hvor Will er inviteret, venter han tålmodigt på, at hans navn vil dukke op på filmens eftertekster, men det sker ikke. *"Jeg fik det aldrig at se"*, konstaterer han på romanens sidste side. Det er ikke pænt gjort af manuskriptkonsulenten at berige sig på Wills værker. Det er tyveri. Det er forkeret at skjule sine kilder, men naturligvis findes der intet værk uden kilder og inspiration fra andre værker. Det er en vigtig lære for den, der gerne vil skabe noget tilsyneladende 'nyt'. Andreas Golder, en af de største nulevende billedkunstnere udtalte således i en artikel i Politiken den 7. september 2010: *"Kreativitet?!, Bah!, jeg stjæler bare"*. Her fortæller Golder om, hvordan han trækker de historiske mestre ind i sit arbejde for at ende et andet sted:

Når jeg ser på et værk, så er det helt ligegyldigt, om der er tale om samtidskunst eller ej. Det afgørende er, om det er god kunst. Og de gamle

mestre hænger jo der på museerne, og så er de en del af min tid, af nuet. Så jeg suger til mig som en svamp, fra alle kunstnere til alle tider – og fra alt, jeg ser og oplever. På værkstedet vrider jeg så svampen, og resultatet ser du her (Politiken, Trine Ross, d. 7. sep. 2010).

Traditionen er altså så at sige materialiseret i de værker, de allerede findes. Den hænger bogstaveligt talt på væggen, og den bliver for Golder det materialiserede afsæt for nyskabelsen. Den nødvendige relation mellem fortid, nutid og fremtid og imellem tradition og fornyelse er for mange en paradoks pointe i dag. Det kan man se reflekteret i de interviews med folkeskolelærere, jeg netop har foretaget i forbindelse med tilblivelsen af min seneste bog *"Fornyelsens kunst – at skabe kreativitet i skolen"* (Tanggaard, 2010). Her har lærerne fokus på traditionerne som afsæt for fornyelse af undervisningen, mens de på elevernes vegne virker mere optaget af, at eleverne lærer at kaste sig direkte ud i den totale nyskabelse. Ud fra den ovenstående argumentation må vi dog hævde, at kendskabet til traditionen er mindst lige så vigtig for elevernes kreativitet som for lærernes. Hæmskoen for udvikling af kreativitet kan måske ligefrem være det manglende blik for samspillet imellem tradition og fornyelse. Man kan ofte høre folk udtale sig om, at nutidens krav om, at vi skal være innovative og kreative, kræver et opgør med vigtigheden af at lære noget udenad. *"Fremtidens arbejdsgivere vil især efterspørge kreativitet, innovation og kommunikation hos deres medarbejdere. Udenadslære bliver derfor mindre vigtigt"* (Jyllandsposten, Nielsen, 2009:6). Sådanne statements er forsimplede. Hvis man vil lave noget om i en given praksis, må man kende den, og det kan forudsætte en vis portion udenadslære foruden en række andre ting. Der skal ofte en god portion læring til for at kunne være kreativ, selvom det er klart, at udenadslære i sig selv ikke gør nogen kreativ.

Lad mig kort præcisere. Den danske antropologi professor Kirsten Hastrup arbejder også med en tilsvarende forståelse af, at kreativitet bør rumme både det gamle og det nye, det genkendelige og det uventede. I sin definition af kreativitet skriver hun:

I udgangspunktet vil jeg beskrive det (kreativitet, LT) som en måde, hvorpå vi oplever, at det nye kommer ind i verden (Hastrup, 2001). Kreativitet er ikke radikalt afskåret fra verden (i det tilfælde ville det opfattes som et tegn på sindssyge), og det er heller ikke blot et kompetent modsvar på et forventet resultat (det samme som handlingskraft). For at 'kreativitet' kan bevare en selvstændig mening, så må de indbefatte både det uventede og det genkendelige, både det nye og det forventede. (Hastrup, 2007: 200, min oversættelse)

Kreativiteten er ikke frigjort fra verden, men indeholder på samme tid det uventede og det genkendelige – det nye og fortiden, som den indbefattes i og genforvaltes i det nye. Og kreativitetens udtryk befinder sig i verden og bliver det materialiserede afsæt for det nye. Præcist som når vi i metaforisk forstand suger til os af andres viden, vrider svampen og selv producerer noget nyt. Et lille sjovt eksempel kan illustrere den måske vanskeligt forståelige relation mellem det nye og det gamle, mellem konventionerne og det ukonventionelle. Når den kollektive identitet i et givet miljø eksempelvis er at gå ind for revolution (som jeg forestiller mig var tilfældet i en del universitetsmiljøer i slutningen af 1960'erne og derefter), så er den eneste måde, hvorpå man kan gå imod strømmen faktisk at gå ind for traditionsbevarelse. Det kan være ukonventionelt at være konventionel. Og paradokset er, at selv trangen til at gøre op med konventionerne kun giver mening på basis af selv samme konventioner – med mindre vi betydningsætter det som galskab.

I forbindelse med anerkendelsen af det nye understøtter Hastrup også emotionalitetens eller foregribelsens betydning:

Pointen er, at social kreativitet ikke blot handler om nye kombinationer, som om det er en ren intellektuel øvelse (Friedman, 2001:60). Det må også indeholde en vis semantisk og emotionel nyhedsværdi, som andre er parat til at involvere sig i, selv om det er uventet og bryder med det eksisterende. (ibid.: 200, min oversættelse)

Det kreative er således det, som kan bringe andre i bevægelse, og de kreative er nogle, der kan inspirere og få andre til at investere ressourcer, energi og tid i deres ideer. Der er ikke tale om en ren intellektuel øvelse i at sætte ting sammen på nye måder, som det antydes i eksempelvis en kognitiv forståelse af kreativitet (Kupferberg, 2009). Det kreative rummer også en form for følelsesmæssig nyhed, der bevæger, og som får os til at gribe betydningen og værdien af det nye – selvom det er nyt. Det er naturligtvis en kunst at mestre dette. Det vil sige at producere noget nyt, der afviger tilpas meget fra det etablerede, men alligevel vil kunne begribes inden for de andres horisonter. Det nytter i denne forståelse eksempelvis ikke meget at komme op med et genialt pædagogisk koncept som lærer eller leder, hvis man ikke kan få andre til at interessere sig for det og investere nogle følelser i det. Kreativitet er i denne forstand ikke bare at få en god ide – det er også processen, hvor disse ideer realiseres og kommer til at medføre en reel fornyelse og forandring i en praksis. Eller som en arkitekt formulerede det i forbindelse med et foredrag, jeg holdt på arkitektskolen i Århus: "De fleste af os får kun 2-3 gode ideer i løbet af et helt liv – kunsten er at realisere de ideer, vi får".

Kreationen er kollektiv

Megen psykologisk kreativitetsforskning er som nævnt præget af grundideen om, at kreativitet er et individuelt fænomen, der handler om at lære at tænke på bestemte måder og at stå op imod konventionerne (og den konvergente tænkning) ved at tænke i modsætninger og konflikt. Mcdermott (2006) har i sin artikel

med titlen "Situert genialitet" på flere måder gjort op med denne individualisering af genialitet. Hans analyser er velegnede til også at pege på problemerne med en individualiseret forståelse af kreativitet. McDermott forklarer, at genialitet og kreativitet ikke hører hjemme i et isoleret kognitivt rum, men hos mennesker, der organiserer kollektive problemer, der er tilstrækkeligt veldefinerede til, at en løsning kan udvikles. Kreativitet er almindelig i ordets bedste forstand. Mennesker gør det, de skal til med de materialer, de har til rådighed. Det betyder, at oprindelsen til kreativitet ikke kan henvises til et enkelt menneske, men til en lang række af personer, der står på hinandens skuldre. Mennesker, der skaber gennembrud, skal ifølge McDermott ses som led i en kæde. En fejring af enere synes i dette perspektiv at være malplaceret: "*Når priser uddeles til individer, mistes blikket for samarbejde*" (McDermott, 2006, p. 271). Interessant i netop dette perspektiv er det, at selveste Isaac Newton skulle være berømt for at hylde andres arbejde: "*Hvis jeg har set længere er det ved at stå på skuldrene af andre*" (Ibid.). Commonsenseopfattelser har derimod tendens til at fastholde kreativiteten og genialiteten i hjernen, mens man i et materialiseret perspektiv snarere vil sige, at det handler om, at nogle mennesker har skabt de rette udfordringer, så andre mennesker kan tage de rette skridt på rette tid og sted. Individuelt er genier kun "*de neurologiske loci for vigtige kulturelle begivenheder*" (Ibid.). Det betyder ikke, at store bedrifter ikke er store bedrifter. Det problematiske er, hvis vi kun fejrer enkeltindivider og hvis vi glemmer, at "*det ikke er store eller små evner, der er væsentlige i en sådan sammenhæng: det er at være strategisk placeret i en bevægelig konstellation af begivenheder*" (McDermott, 2006, p. 273).

Hyldest til individer risikerer således at begrænse virkeligheden til retrospektive simplifikationer: "*Lærere, konkurrenter og hjælpere ryger ud på sidelinjen*" (McDermott, 2006,

p. 274). Derfor er en kollektiv forståelse af kreativitet en ressource for mennesker i deres fortolkning af andre, fordi den ikke forvansker det materiale, vi giver videre til næste generation. Skal vi fejre de fås succes på bekostning af andre – de særligt talentfulde, de geniale og de kreative – efterlader vi andre som dumme. En tidlig frasortering kan retfærdiggøres ved at henvise til, at vi jo ikke alle kan være kreative. Hvis kreativitet bliver en sjældenhed bliver dumhed ubredt.

Ovenstående kritik betyder, at vi skal være opmærksomme på at beskrive tilblivelsesprocessen korrekt (der er altid en vej at spore) og at opdelinger mellem de kreative og de mindre kreative kan være med til at legitimere sociale skel, der intet har med reel kreativitet at gøre. Når vi finder på en ny måde at bage franskbrødet på, så er det lige så kreativt som når matematikprofessoren opfinder en ny algebra. Begge former for kreativitet tæller måske ikke lige meget, men de tæller på hver deres måde. Dertil skal vi vide, at kreativitet ofte opstår i særligt kreative miljøer. Som beskrevet af McDermott:

Genialitet hober sig op: Sokrates, Platon og Aristoteles følger hinanden gennem tre generationer, Konfutse, Lao-tzu, Chuangtzu, Mencius og Han fei-tzu følger hurtigt i træk; Darwin og Wallace kommer med en evolutionsteori i det samme år (McDermott, 2006, p. 270).

Det er altså ikke sådan, at individet i forbindelse med kreativitet altid vil være på kollationskurs med samfundets begrænsninger – som det ofte ses i de forståelser af kreativitet, der fejrer det individuelle talent. Kreativiteten følger en linje, hvis konturer allerede i forvejen er nedlagt af andre. Ingold beskriver i denne forbindelse tænkning som en måde at bevæge sig igennem verden på: "*In the first, a way of knowing is itself a path of movement through the world, the wayfarer literally 'knows as he goes'*" (Ingold, 2000, 229-30). Det er et bevægelsesperspektiv på nyskabelsen, der ikke

skelner skarpt mellem bevægelse og tænkning, eller mellem proces og substans, men som beskriver tænkningen som en bevægelse fremad udspændt mellem proces og substans eller materialitet (Ingold, 2001, p. 89-90). Hvis vi vender tilbage til denne artikels indledning, så er det også denne sandhed om tænkning og kreativitet, som landskabsmetaforerne udtrykker. Når vi er kreative, så krydser vi grænser, opdager nyt land og bevæger os ind på ukendt terræn. Tænkningen er en 'gøren', hvis færd den bygger videre på de veje, andre generationer allerede har etableret. Det er her forholdet mellem kontinuitet og fornyelse er helt centralt.

Implikationer for udforskning af kreativitet

Denne artikel har undersøgt mulighederne for udvikling af en materialiseret forståelse af kreativitet. Her er identificeret tre centrale teser om kreativitet: At kreativitet er et hverdagsligt fænomen, at der er et tæt forhold mellem kontinuitet og fornyelse og en tæt relation mellem menneske og redskab i kreativitetsprocessen.

Hvis vi vender os mod implikationerne af dette perspektiv for kreativitetsforskningen, så kan de være, at vi må følge konkrete ideer og produkters tilblivelse frem for ensidigt at fokusere på personer. Ja, vi må måske kortlægge "objekternes biografi" og ikke kun videnskabsfolkenes biografi, jf. Lorraine Dastons "Biographies of scientific objects". Eller vi må omvendt identificere de linjer, kreative personer aftegner og beskrive deres bevægelser i landskabet. Tegner de eksempelvis bestemte linjer, trækker de bestemte tråde, følger de bestemte veje, hvad får dem til at gå egne veje? Vi skal ikke kun lede efter det nye, men efter relationerne mellem det kontinuerlige og det gen- eller nyskabende.

Hvis vi har som ambition at lære at være kreative, så skal vi kultivere, opdrage eller uddanne vores evne til at være opmærksomme på nye landskaber, at føle, at mærke og at lede efter nye ting ud fra vores viden om, hvad der

allerede eksisterer. Uddannelse kan i dette perspektiv handle om at 'fintune' vores evne til at percipere den mening, der allerede er i verden. Altså at kunne se de linjer, der allerede er aftegnet og at kunne forfølge ideer om, hvilke nye, der bør tegnes. Dertil vil uddannelse skulle lære os, at kreativitet i bund og grund er en kollektiv foreteelse, og at vi derfor skal sikre miljøer, der kan viderebringe den fortidens erfaring, der i dette perspektiv er en grundsubstans i det nye.

Referencer

- Amabile, T.M. (1996). *Creativity in context*. Boulder, CO: Westview.
- Bourdieu, P. (1993) But who created the 'creators'? I Bourdieu, P. *Sociology in Question*. London: Sage.
- Charmer, O. (2007). Theory U: Leading from the future as it emerges. The social technology of precensing.
- Christensen, L. S. (2009). *Åbent hus*. København: C & K forlag.
- Cropley, A.J. (2001). *Creativity in education and learning -a guide for teachers and educators*. London: Routledge.
- Glâveanu, V. (2010). Principles for a cultural psychology of creativity. *Culture & Psychology*. Vol. 16, No. 2, 147-163.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5, 444-454.
- Hastrup, K. (2007). Performing the world: Agency, anticipation and creativity. I: Hallam, E. & Ingold, T. (red.). *Creativity and cultural improvisation*. (193-206). Oxford: Berg.
- Ingold, T. (2000). *The perception of the environment - Essays in livelihood, dwelling and skill*. Oxon: Routledge.
- Ingold, T. & Hallam, E. (2007, red.). Creativity and cultural improvisation: An introduction. I: Hallam, E. & Ingold, T. (red.). *Creativity and cultural improvisation*. (1-24). Oxford: Berg.
- Joas, H. (1996). *The creativity of action*. Cambridge: Polity Press.
- Kupferberg, F. (2009). Farvel til de rigtige svars pædagogik. I: Tanggaard, L. & Brinkmann, S. (red.). *Kreativitetstfremmende læringsmiljøer i skolen*. (27-53). Frederikshavn: Dafolo Forlag.

- Lave, J. & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. New York: Cambridge University Press.
- Mason, J.H. (2003). *The value of creativity: The origins and emergence of a modern belief*. Aldershot. Ashgate.
- McDermott, R. (2006). Situeret genialitet. I: *Pædagogisk psykologi – positioner og perspektiver*. (259-280). Roskilde: Samfundslitteratur.
- Oldham, G. R. & Cummings, A. (1996). Employee creativity: personal and contextual factors at work. *Academy of Management Journal*. Vol. 39, No. 3, 607-634.
- Pedersen, M., Nielsen, K. (2009). Læring, konflikter og arbejdsdeling – en udvidelse af den socialt situerede læringsforståelse, *Psyke og Logos*, vol. 30 nr. 2, s. 652-671.
- Pope, R. (2005). *Creativity – Theory, history, practice*. Oxon: Routledge.
- Tanggaard, L. (2008). *Kreativitet skal læres – når talent bliver til innovation*. Aalborg: Aalborg Universitetsforlag.
- Tanggaard, L. (2009). “Nød lærer nøgen kvinde at spinde”: Om karakteristika ved kreative læringsmiljøer. I: Tanggaard, L. & Brinkmann, S. (red.). *Kreativitetsfremmende læringsmiljøer i skolen*. (55-73). Frederikshavn: Dafolo Forlag.
- Tanggaard, L. (2010). *Fornyelsens kunst*. København: Akademisk forlag.
- Sternberg, R.J. & Lubart, T.I. (1995). *Defying the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity*. New York: Free Press.
- Sternberg, J.R. (2006). The nature of creativity. *Creativity Research Journal*. Vol. 18, nr. 1-87-98.

Andre referencer

- Nielsen, K. (2009). Et klasseværelse uden vægge. *Jyllandsposten*, 1. sektion. d. 5. januar 2009.
- Ross, T. (2010). Kreativitet?! Bah! – jeg stjæler bare!. *Politiken*, d. 7. sep. 2010.