

Kreativitet og videnspolitik

Perspektiver på kreativitetsbegrebets indtog i og relevans for universitetets vidensproduktion

Af Jan Løhmann Stephensen

På vej mod det sanderske universitet?

Universitetet har indtil for nylig relativt ubemærket for den bredere offentlighed udviklet sig til en idéhistorisk og forskningspolitisk slagmark mellem groft sagt to fløje: På den ene side dem, som opfatter universitetet som, hvad man kunne betegne et "klassisk" videns- og videnskabsbegrebs hovedinstitution. Og på den anden side den fløj, som anskuer denne institution gennem en mere pragmatisk, anvendelsesorienteret optik.

Sidstnævnte forståelse synes umiddelbart at have stået stærkest de senere årtier, hvor universiteterne rolle og identitet kan siges at have gennemgået – eller i det mindste påbegyndt – en transformation fra det autonome forskningsuniversitet funderet i Wilhelm von Humboldts ideer til en art samfunds- og erhvervsnyttig "rugekasse" (Entkowitz 2008: 27). En udvikling som typisk enten fremstilles som en tabs- og forfaldshistorie, hvor den intellektuelle akademikers hidtidige rolle som "menneskehedens funktionærer", som Husserl betegnede det, nu er på vej mod en radikal devaluering (Luke 2005: 19), og hvor læresætninger som "viden for videns egen skyld", "forskningsprocessens autonomi" etc. (Fink 2003) mest af alt synes at klinge med som et residualt ekko af forne tiders vidensideal og status. Men altså også en fortælling, som ofte i ganske betydeligt omfang er farvet af en romantiserende udlægning af universitetets og dets vidensarbejders hidtidige position og praksis – ofte grænsende til det decideret kontrafaktiske, hvor eksempelvis Kants regulative ideer om universitetets normer og interne mekanismer fra *Der Streit der Fakultäten* (1798) naivt læses som historisk dokumentation for den tids reelle praksis på de universitære institutioner (Donald 2004).

Eller modsat, så udlægges denne bevægelse som en påkrævet overgang fra noget forældet til noget tidssvarende og samfundsmæssigt nødvendigt. Dette er eksempelvis den forestilling, som tidligere videnskabsminister Helge Sander gav udtryk for, da han hævdede, at det "sanderske universitet" – dvs. dét, som opererer ud fra credoet "fra forskning til faktura" – "er der mere fremtid i end det humboldtske." (Pedersen 2007: 4). Men der kan helt sikkert også findes betydeligt mere begavede formuleringer omkring det reformerede universitets nye rolle, fx i Michaels Gibbons essay om "Science's New Social Contract With Society" (1999) eller Ken Robinsons *Out of Our Minds: Learning to be Creative* (2001), for blot at nævne nogle enkelte eksempler.

Ken Robinsons bog er i denne sammenhæng ganske symptomatisk. Centralt for (ny)tolkningen af universitetets identitet og rolle gennem det seneste årti har således været begrebet "kreativitet" (jf. undertitlen på Robinsons bog), som sammen med dets tvillingebegreb "innovation" har været på manges læber, når talen er faldet på, hvad universitetet er/skal være for en størrelse. Det transformerede universitet opfattes således som en væsentlig grundstøtte i nutidens såkaldte *kreative økonomi*, der – som undertitlen på John Howkins indflydelsesrige bog (2001) opkaldt efter dette nye, økonomiske paradigme lyder – netop handler om "hvordan mennesker tjener penge på ideer". En udlægning af nye økonomiske og samfundsmæssige vilkår, som tager afsæt i ganske fundamentale transformationer, som de seneste årtier har fundet sted i den måde, hvorpå vi forstår og begrebsligger fænomenerne *viden* og *kreativitet*.

Derfor er det netop også disses nylige forandringer – samt ikke mindst det indbyrdes forhold herimellem – som udgør det teoretiske hovedanliggende for herværende artikel. Til dette formål vil Jean-Francois Lyotards indflydelsesrige analyse af videns status i den postmoderne tilstand (1979) blive fremdraget og diskuteret som ikke blot eksemplarisk, men også i betydeligt omfang direkte kausalt central for opkomsten af det teoretiske mulighedsrum for koblingen af kreativitet og viden, som i tiltagende grad er blevet central for gentænkningen af universitetet som samfundsinstitution. Hertil vil også nyere forskydninger i forståelsen af kreativitet, som på mange måder kan siges at have løbet udviklingen i vidensbegrebet i møde, blive skitseret. Dette vil ske med udgangspunkt i bl.a. Mel Rhodes' teori om kreativitetens "4 P'er" samt Chris Biltons historisk-analytiske videreudvikling heraf.

Det kreative universitet

I forbindelse med ideen om den kreative økonomi tiltænkes universitetet således (mindst) to roller. For det første opfattes universitetet potentielt/ideelt set som et kreativt tankelaboratorium for nye ideer, som kan spredes og omsættes i en række forskellige, især erhvervsmæssige sammenhænge (Peters & Besley 2009). Enten umiddelbart: gennem forskellige former for produkter, løsninger, patenter og lign., som er mere eller mindre færdigudviklede og derfor kan fungere som afsæt for iværksætterier. Eller mere indirekte: via kreative/innovative vidensbidrag til erhvervslivet, som under de rette omstændigheder tænkes at kunne videreudvikles og finde merkantil anvendelse relativt hurtigt. I denne noget simplistiske udlægning af idé- og produktinnovationens ensrettede kausalitet – fra idéudklækningsfasen (kreativitet), via videreudvikling heraf (innovation), til spredning (diffusion) på det kommercielle marked (Coade 1997: 2, Amabile 1997: 40) – er det selvfølgelig især den formaliserede forskning og dens "produkter", som tænkes at spille en central rolle. Parallelt hermed kan der dog tillige observeres en voksende interesse i at høste gode ideer blandt de studerende, hvilket fx de senere års knopskydning af centre for entrepreneurship og lign. tydeligt bevidner. Denne figur, hvor universitetets *umiddelbare* merkantile funktion betones kraftigt, har ganske længe primært været fremført i relation til vidensdiscipliner, som involverer teknologisk innovation, men i de senere år er samfundsvidenskaberne og humaniora også blevet mere eller mindre frivilligt indforskrevet i forbindelse med teorierne om dels oplevelsesøkonomien (Pine & Gilmore 1999), dels de såkaldte kreative erhverv, som siden begrebet fængede an i senhalvfemsernes Storbritannien nærmest har bredt sig som en global steppebrand (DCMS 1998, Cunningham 2003, Ross 2009).¹

For det andet opfattes universitetet også ofte som en kreativ inkubator; dvs. som en institution, som nu i stadig stigende grad skal danne og uddanne de studerende til kreativ og innovativ tænkning, som skal række ud over den klassiske forestilling om vidensgenerering, formidling og lign. (Flew 2004) – herunder tilsyneladende også den kritiske tænkning, lyder indvendingen fra kritisk hold (Donald 2004). Her er udbuddet af forskellige uddannelsesmoduler i ledelse af kreative processer og lign. indlysende eksempler på tendensen, om end det næppe ville være nogen tilsnigelse at hævde, at disse blot er symptomer på en dybereliggende forandring i forståelsen af, hvad uddannelse så at sige skal danne én til, og dermed også af hvordan universitetet som uddannelsesinstitu-

1) Senest har Velux Fonden (2011) fx bevilliget større beløb til to landsdækkende forskningsprogrammer, som på mange måder er symptomatiske for disse tendenser: (1) *Den humane vending*, som bl.a. skal undersøge, hvorfor netop humaniora er kommet til at "spille en langt mere fremskudt rolle i samfundets arbejdsmarked og vidensproduktion". Og (2) *Humanomics: Mapping the Humanities*, som dels skal kortlægge humanioras nutidige indlejring i det danske videnslandskab, dels skabe et overblik over humanioras fremtidige relationer til især naturvidenskab og samfundsvidenskab.

tion legitimeres og indplaceres i samfundets øvrige logikker og praksisser.²

Beslægtet hermed – men delvist også i kritisk opposition hertil – er det blevet fremført af især Richard Florida, at en væsentlig årsag til, at universitetet er blevet så central en institution i den nye, postindustrielle, kreative økonomi, er, at universitetet (ideelt set) er et åbent miljø, som formår at rumme og dermed også tiltrække mange forskellige mennesker med nye ideer (Florida 1999, Florida et al. 2006). Et faktum, som ifølge Florida (2002) også indvirker positivt på “stedet”, dvs. det rent geografiske niveau hinsides det udelukkende universitære, hvorfor lokal- og regionalpolitikere verden over ofte direkte inspireret af Floridas og proselytters skrifter i de senere år har søgt at koble sig på denne mekanisme gennem en bred vifte af i bund og grund temmelig enslydende kreativitetspolitikker (Ross 2009). Med denne argumentation opponerer Florida altså reelt imod den stærke betoning af den universitære verdens kreative vidensproduktions *umiddelbare* anvendelsesværdi, som i de senere år har været toneangivende, og som paradoksalt nok ofte har taget afsæt i (svage) læsninger af Floridas egne teorier.

Det kreative kollaboratorium hinsides modernitetens sondringer

Uanset nuance- og gradforskellene mellem disse forskellige koblinger af kreativiteten og den universitære logik er et andet markant fællestræk ved alle disse forestillinger, at denne overordnede tendens udlægges i en ganske historisk determineret rammefortælling, hvor kreativiteten og de tidsaldrer, samfunds- og økonomityper, som den giver navn til, så at sige ligger i naturlig, grænsende til uvægerlig, forlængelse af tidligere epokers paradigmer, især videnssamfundet/-økonomien (Peters 2009: 41-46). Vel at mærke samtidig med, at teorien om den kreative tidsalder er kraftigt præget af og moduleret over disse specifikke, tidligere teorier om epokale paradigmer. I denne diskurs figurer kreativiteten således ofte som en integreret dimension af vidensproduktionen, og dermed vidensøkonomien og -samfundet, som netop muliggør disses selvfornyelse og altså dermed også deres selvoverskridelse (Peters 2010: 72). Blandt andet også af den grund er denne diskurs om den kreative økonomis tidsalder retorisk set typisk præget af kraftige imperativformer, som på én og samme tid betoner den afgørende samfundsmæssige nødvendighed i at tilpasse sig historiens naturlige, uvægerlige gang og de dystre perspektiver, der tegner sig, hvis dette ikke efterleves (Stephensen 2010: 241-249). “Create or fail!”, “Innovate or die!”, lyder de verserende mantraer således (Kao 1996, Peters 1998: 30).

Centralt i disse ideer om kreativitetens centrale placering i videnskabens nye samfundskontrakt står tillige en forståelse af, at universitetets institutionelle grænser både *er* (jf. historiens uvægerlige udvikling) og *bør være* (jf. kravet om at man skal være tidssvarende) langt mere porøse end tidligere. Dette gælder både i praksis, dvs. hvad angår konkrete samarbejder og videns/kreativitetsudvekslinger samt disses institutionelle former; og på det mere abstrakte plan, hvad angår vidensbegrebets epistemologiske konstitution; dvs. spørgsmål som: Hvad er viden? Hvem producerer viden? Hvad skal viden (kunne) bruges til? Hvem definerer hvad (nyttig) viden er? etc.

Et eksempel på denne forestilling om en nødvendig nytænkning af forskningens og universiteternes indre og ydre grænser er Indira V. Samarasekera (2009) forslag om, at den delings- og net-

2) Ideen om “kreativitetsdannelse” som sådan er dog primært blevet lanceret som et projekt, der vedrører unge mennesker tidligere i deres uddannelsesforløb. I den britiske folkeskole, som hidtil vanskeligt kan siges at have været kreativitetsbefordrende, har man eksempelvis siden 2002 haft programmet Creative Partnerships (nu afviklet af David Camerons konservative regering), som netop sigtede mod at “udvikle elevernes evner til at komme på originale ideer og handlinger” (Schlesinger 2007: 382), bl.a. ved at overskride traditionelle, faglige sondringer og i stedet arbejde interdisciplinært (Robinson 2001: 200). Jf. hertil også Mehlsen (2011) for en kort gennemgang af innovations- og kreativitetspolitikens indtog i den danske folkeskole.

værksbaserede forskningsorganiseringsmodel, som datalogen William Wulf for et par årtier siden betegnede “kollaboratoriet” (Wulf 1993, Cogburn 2003),³ ville kunne være en mulig fremtidig, generel model for frugtbare samarbejdsrelationer mellem universitetet, erhvervslivet og samfundet (staten). En model, som eksempelvis i radikal form kan ses forsøgt realiseret med den såkaldte “Videnskab 2.0”, som kendetegnes ved det princip, at forskere lægger rå, ubehandlede forsøgsdata, postulerede, men endnu ikke verificerede opdagelser, skitser til teorier og forskellige andre udkast m.m. på internettet (enten gennem halvlukkede eller helt åbne netværk). Hermed kan både fagfæller og såkaldte “ekspert-amatører” (Leadbeater & Miller 2004) kommentere og arbejde videre på denne endnu ikke færdige “åbne notesbog”-videnskab (Waldrop 2008, Peters 2010: 82).

Men det er også en idé, som kan findes i mere institutionelt formaliseret form i det nye globale innovationssystem, som Henry Etzkowitz har promoveret under betegnelsen “Triple Helix-modellen”. I kraft af dens forståelse af (og forskrifter om) vidensinfrastrukturens overlappende, men fortsat institutionelt adskilte sfærer i tæt dialog, adskiller Etzkowitzs model sig både fra “stats-modellen”, hvor staten styrer og rammesætter forskningens og erhvervslivets interaktioner, og fra “laissez-faire-modellen”, hvor der er stærk fokus på at opretholde den formelle adskillelse mellem disse tre aktører (Etzkowitz 2008: 12-18). Afgørende for Triple-Helix-modellens succes er ifølge Etzkowitz således, at universitetet er – og ikke mindst forstår sig selv som – et “iværksætteruniversitet” (*entrepreneurial university*) (ibid.: 27-42), dvs. et universitet som i sit væsen og sin selvforståelse er orienteret mod en betydelig sammensmeltning med især de økonomiske og merkantile dele af samfundslivet.

Kreative samarbejdsteknologier

Ligesom det er tilfældet mange andre steder i samfundsteorien, udspiller der sig også i forbindelse med den stadig stærkere sammenvævning af kreativitetsbegrebet og det universitære vidensbegreb altså en hel del “konvergenzhysteri” (Peters 2010). Det tilkommer ganske vist ikke denne artikel at bedømme, hvorvidt disse ideer om nødvendigheden og betimeligheden af forandringer i universitetets institutionelle indplacering og udvekslinger med andre sfærer af samfundslivet er korrekte analyser. Men én ting synes dog at ligge fast; nemlig at forslag som disse fremstår ganske tidstypiske. Dette gør de bl.a. ved at de alle bærer tydeligt præg af det faktum, at positive begreber som “kollaborativ” og “kreativ” især i løbet af det sidste årti i stigende grad er kommet til at fremstå som synonyme, bl.a. qua den eksplosive, praktiske og ikke mindst symbolladede udbredelse af digitale, interaktive “samarbejdsteknologier”, som Saveri, Rheingold & Vian (2005) ganske betegnende har benævnt dem, såvel som den tiltagende anvendelse af såkaldt “social software” (Drexler 1991, Benkler 2006: 215-219).

Ovennævnte William Wulf starter eksempelvis sit essay “The Collaborative Opportunity” med at bemærke computerens centrale betydning for dette nye forskningsorganiseringsparadigme: “Selv om computere allerede har haft en betydelig indvirkning på den videnskabelige praksis, har vi nu en særlig mulighed for at anvende dem til at løfte hele den videnskabelige praksis yderligere” (1993: 854). Og på samme vis trækker ideen om “Videnskab 2.0” helt indlysende på den sociale repræsentation (Bauer & Gaskell) af de nye kommunikations- og medieteknologier, som uægtelig har indtaget rollen som vores nye “superlativiske objekter” (Barthes 1996: 182). Både qua den måde denne nye – eller måske rettere: revitaliserede gamle/klassiske (Waldrop 2008) – videnskabelige praksis konkret organiseres gennem “peer to peer”-netværk etc. Men selvfølgelig også rent retorisk, qua den terminologiske reference til det meget *hypedede* Web 2.0 (O’Reilly 2005).

3) “Kollaboratoriet” er en sammentrækning af “kollaborativ” og “laboratorium”.

Disse teknologier har således fungeret som anledning for en række neologismer, som alle har det til fælles, at de netop forsøger at indfange nye samarbejdspraksisser og organisationsformer i kølvandet på disse teknologiers udbredelse: "open innovation" (Chesbrough 2003), "wisdom of the crowds" (Surowiecki 2004), "crowdsourcing" (Howe 2009), "social/commons-based peer production" (Benkler 2006) samt en lang række flere som eksempelvis "wikinomics" (Tapscott & Williams 2006), "we-think" og "collaborative creativity" (Leadbeater 2008), "consumer-producer co-creation" (Prahalad & Ramaswamy 2002) og "co-creative labour" (Banks & Deuze 2009).⁴ En figur, som bl.a. også findes i Michael Gibbons essay om videnskabens nye sociale samfundskontrakt. Men her er det dog værd at bemærke, at Gibbons, holdt op imod flertallet af de teoretikere, som netop er blevet nævnt, skriver sig ind i en langt mere eksplicit utilitaristisk diskurs. Eller formuleret på en anden måde: en diskurs, som i knap så empatisk grad tager rekurs til de emancipatoriske konnotationer, der ellers typisk omgiver det kollaborative kreativetsbegreb, og som derfor bliver knap så forbløndet af denne kollaborative kreativets løfter om konvergens på alle planer hinsides Modernitetens uddifferentierede specialistsfærer og samfundsinstitutionelle arbejdsdelinger.⁵

Kreativitet, bureaukrati og ledelse

Netop opgøret med de organisatoriske paradigmer, som typisk associeres med Moderniteten, fremstår nemlig centralt i den verserende kreativitetsdiskurs – uanset om vi taler om denne diskurs generelt, eller mere specifikt i relation til universitetet og vidensproduktionen. I megen teoretisk litteratur fremstilles kreativiteten således som bureaukratiets, organisationens og hierarkiets absolutte antitese (Kreiss, Finn & Turner 2011). Det er eksempelvis disse institutionelle figurer, der må stå for skud – og med tiden vige pladsen – når Richard Florida konstaterer, at "den største udfordring i den forestående [kreative] tidsalder er den stadige spænding mellem kreativitet og organisation." (2002: 22). En spænding, som i ledelsesgurun Gary Hamels *The Future of Management* udgør den grundlæggende forskel imellem såkaldt "Management 1.0", som er hierarkisk, formel og åbenlys i sine magtstrukturer, og "Management 2.0", der, som betegnelsen indikerer, tænkes som en art "post-ledelses ledelse", som passer til et post-bureaukratisk organisationslandskab omkalfatret af immaterielle e-teknologier og de muligheder for nye former for kreativt samarbejde, som den medieteknologiske udvikling tilbyder (2007: 241-55). Som afløsning for det organisatoriske paradigme, der så at sige slog fejl (du Gay 2007: 20), bør "giganterne" – dvs. de store bureaukratiske organisationer, hvad enten offentlige eller private – i stedet "lære at danse", som titlen på ledelsesgurun Rosabeth Moss Kanter's (1989) berømte beskrivelse af den ny, postbureaukratiske ledelses-

4) Heraf udmærker langt de fleste sig ved helt eksplicit at koble an til problematikken vedrørende produktion og spredning/deling af forsknings- og universitetsrelateret viden, medens det i andre tilfælde må betragtes som en mulig, afledt problematik.

5) Men samtidig er der altså også her tale om en tendens, hvis oprindelse med lige stor rimelighed kan "vendes på hovedet"; dvs. en forståelse, som ikke ensidigt tilskriver autonomt udviklende kommunikations- og medieteknologier kausal primat, men som også anerkender betydningen af det faktum, at kreativitetens "sociale vending" (dvs. i retning af en fuldbyrdelse af kollaborativ, ikke-ekspertdomineret kreativitet) længe – bl.a. qua den position, som begrebet tilskrives som det fremmedgjorte arbejdes antitese i forbindelse med genopdagelsen af den unge Marx' skrifter i årene op til ungdomsoprøret (Stephensen 2010: 400-418) – har stået øverst på den "socialt institutionaliserende imaginations" (Castoriadis 1994) agenda, og at denne længsel også må formodes (forsøgt) indkodet eller forprogrammeret i disse nye teknologier og deres potentielle anvendelsesscenarier (Turner 2006, Oudshoorn & Pinch 2005, Stephensen 2012). Og i så fald en (tilfredsstillt) længsel, som endda ikke udelukkende kan tilskrives udviklerne og kernebrugerne af disse nye teknologier, som man naturligvis gør, når den gensidige rekonfiguration af nye teknologier og deres brugere forklares, men i dette tilfælde altså også de ikke-brugere og modstandere (Wyatt 2005, Kline 2005, Bauer 1995), som i høj grad har været centrale aktører i formuleringen af disse længsler, om end de altså typisk formuleres hinsides det teknologiske (dvs. som en form for teknologimodstand eller -skepsis).

strategi lyder. Og samme figur kan da også findes i den politiske kreativitetsdiskurs, eksempelvis i Blair-regeringens først Kulturminister Chris Smiths talesamling *Creative Britain*, hvor ideen om bureaukратиets onder klinger med i en sådan grad, at denne organisationsform implicit fremstilles som ikke blot den frie, kreative ånds værste fjende, men nærmest selve menneskelivets: "Den kreative ånd kan, nærmest per definition, ikke låses fast i bureaukratiske former. Kreativiteten handler jo om at bibringe det menneskelige liv de største værdier." (1998: 1). Underforstået: (1) bureaukratiet er et værdivakuum, og (2) bureaukratiet forhindrer kreativiteten i at bibringe livet værdi.

Foruden behovet for at hæve sig ud over den umiddelbare fortid og dens paradigmer (Stranegaard 2002, Boltanski & Chiapello 2005: 78), har denne modstilling rent teorihistorisk set ofte taget afsæt i ledelsesteoretikeren Douglas McGregors (1957) sondring mellem to forskellige organisationsidealer. På den ene side "Teori X", som er den ledelsesfilosofi, som også Williams H. Whytes (1956) konforme "organisationsmenneske" tavst indordnede sig under – og før det Taylors mellemledere, som overvågede arbejderne ved samlebandet (Frank 1997: 22). Og på den anden side "Teori Y", som er den løsere, mere kreativitetsbefordrende tankegang og organiseringsform inspireret af især Abraham Maslows humanistiske arbejdspsykologi (1954). Dette er ganske vist en noget klichéfylt sondring – end ikke McGregor selv mente, at man blot kunne klare sig med den ene organisationsfilosofi – og kreativitet og organisation bør under alle omstændigheder ikke altid ses som hinandens absolutte modsætninger, tværtimod (Bilton 2007).

Ikke desto mindre er det i hvert fald for en kort bemærkning værd at dvæle ved det faktum, at paradigmeskiftet i forståelsen af universitetets identitet og rolle i retning af en stadig tiltagende orientering mod kreativitetens potentialer, som det diskuteres i denne artikel, ikke blot er blevet akkompagneret af en voldsom proportionel vækst i universiteternes administrative lag, men tillige af en decideret invasion af nye effektivitetsjagende strategier i ledelsen og administrationen af universiteterne (især i kraft af New Public Management-bølgen). Dette synes selvsagt at rime ualmindelig dårligt med kreativitetsdiskursens fortsatte løfter om frisættelse, undere og magiske øjeblikke (von Hentig 1999, Bröckling 2006). Dette paradoksale sammenrend kan givetvis tilskrives det faktum, at universiteternes forskellige tiltag langt fra er afstemt med hinanden, samt evt. at disse tilsyneladende forskelligrettede tiltag ligefrem kunne være nye symptomer på en (ny) frontlinie i slaget om universitetets rolle og identitet. Men det kan sandsynligvis også, som jeg vil argumentere nedenfor, hænge sammen med en række fundamentale forskydninger, som begreberne viden og kreativitet i de seneste årtier har gennemgået, og som bl.a. har betydet, at vore forestillinger – dvs. både vores viden og idealer – om kreativiteten nu i langt højere grad rimer på ledelse, end det tidligere har været tænkt muligt.

Fra videnssamfundet til kreativitetens tidsalder

Et relevant spørgsmål er i denne forbindelse, hvorfor dette behov for at opstille bud på hvilke metoder, der virker mest kreativitetsbefordrende i en universitær sammenhæng, overhovedet er blevet så centralt i disse år? En mulig forklaring kunne i forlængelse af Boltanski & Chiapellos kritiksociologiske undersøgelser (2005) lyde, at det i den politiske samfundsdebat tidligere oftest ensidigt *kritisk* fremholdte begreb "kreativitet" nu er blevet retorisk rekonstrueret som affirmativt kapitalisme- og lønarbejdslegitimerende figur. Medens "kreativiteten" tidligere optrådte som alt dét, lønarbejdet under kapitalismen ikke var og endog kvalte, optræder denne evne og praksis nu i stedet som aktuel norm i arbejdet (Stephensen 2010). Om end Boltanski & Chiapellos analyse har gode, generelle pointer med henblik på analyse af tidens arbejds-etiske diskurser, bør det dog her indvendes, at lige netop denne specifikke problematik faktisk ikke synes særligt relevant i for-

hold til akademisk arbejde, eftersom denne type åndsarbejde ikke har været i legitimeringskrise på samme vis som andet, især manuelt og industrielt, arbejde, og derfor heller ikke i samme grad har behov for re-legitimering. Dette skyldes blandt andet, at det akademiske vidensarbejde længe har været båret oppe af en idealistisk etik à la den, som driver den kunstneriske praksis, hvorfra kreativitetsbegrebet har sin (nyere) oprindelse.

Beslægtet hermed kunne en anden forklaring, som allerede antydtes, være, at denne sammenkobling af vidensproduktion og kreativitet i virkeligheden er udtryk for en mere omfattende koloniserings- eller subsumptionsproces, hvori det, der med Jens Erik Kristensens ord, efterstræbes, er

at kapitalisere det immaterielle og indlemme områder, der hidtil har været betragtet som økonomieksterne såkaldte 'positive eksternaliteter', i den økonomiske valoriseringsproces. Påstanden er her, at der er tale om et kvalitativt nyt akkumulationsregime, der har gjort fenomener som viden og erkendelse, kreativitet og innovation eller mere alment den kollektive intelligens og 'hjernernes sociale Kooperation' formidlet over digitale netværk til den nye kilde til økonomisk værdi og genstand for økonomisk akkumulation og udbytning. (Kristensen 2008: 90).

Dvs. den type kritisk årsagsforklaring, som retter sit kritiske blik mod den såkaldt "kognitive" eller "akademiske kapitalisme" (jf. nedenfor). Spørgsmålet er imidlertid, om det ikke er for let at reducere denne diskurs, interesse og tendens til et spørgsmål om ren appropriation (hvad enten den så anskues som et primært diskursivt fænomen, som det er tilfældet ifølge Boltanski & Chiapello analyse, eller som reel subsumption af tidligere økonomi-fremmede fænomener og praksisser (Dyer-Witheford 2005)). Man kunne nemlig med god ret hævde, at der bag denne tendens i virkeligheden ligger en række udviklinger og tendenser, som har medført, at det i dag i langt højere grad end tidligere synes muligt at koble af viden og kreativitet inden for den akademiske diskurs og diskursen om det akademiske, og at dette ikke udelukkende har noget med mere eller mindre veldulgte, økonomiske dagsordner at gøre – uden dog hermed helt at afvise, at det økonomiske selvfølgelig også spiller en stor rolle. Mit argumentet lyder altså i stedet, at ambitionen om at gøre kreativitet til en central komponent i det højere uddannelsessystem som minimum *også* bygger på nogle bestemte filosofisk-teoretiske forudsætninger, hvoraf fundamentale transformationer i begreberne "viden" og "kreativitet" i særlig grad har vist sig afgørende.

Viden og det performative kriterium

Helt central for denne tendens forekommer det paradigmeskifte i videns status, som allerede Lyotard beskrev i *Viden og det postmoderne samfund* fra 1979 (Lyotard 1996). Denne indflydelsesrige rapport, som Lyotard forfattede til Universiteternes Råd under regeringen i Québec, indledes således med en konstatering af, at "viden ændrer status, samtidig med at samfundene træder ind i den såkaldte postindustrielle tidsalder og kulturerne i den såkaldte postmoderne tidsalder." (ibid.: 11) Den forandring, som videns samfundsmæssige og sociale status gennemgår – herunder hvordan den vidensgenererende praksis legitimeres – ledsages imidlertid også af et decideret epistemologisk skred. Det vil med andre ord sige, at viden og vidensproduktion ikke blot ændrer social status, men tillige grundlæggende karakter.⁶

En af Lyotards væsentligste pointer er i denne forbindelse, at videnskaben og teknologien i de

⁶ Lyotard er ikke den første, der bemærker, at viden har ændret samfundsmæssig og social status i tiden efter Anden Verdenskrig (jf. fx Drucker 1996 (1957) og Bell 1976). Til gengæld er Lyotard nok den første, som påpeger, hvorledes det postindustrielle/moderne videnssamfund også synes at indebære et epistemologisk paradigmeskifte, samt ikke mindst omfanget heraf.

seneste år i stigende grad er blevet “rettet mod sproget” (ibid.: 11-13) – om end altså ikke i denotativ forstand, men derimod i “performativ” forstand eller, som jeg vil argumentere nedenfor, i noget som måske endog kunne betegnes kreativ eller “poetisk” forstand. Medens det tidligere dominerende vidensparadigme således i grove træk kan siges at have været realistisk eller objektivistisk, og viden primært tænkt som det, der vedrørte det korrekte forhold mellem verden og det videnskabelig udsagn herom, bedømmes og vurderes videns sandhedsværdi i det postmoderne videnssamfund ifølge Lyotard i langt højere grad ud fra såkaldte “performative kriterier”. Ud fra disse rangerer videns anvendelsesværdi så at sige højere end den type universel værdi, man tidligere havde legitimeret den videnskabelige praksis med henvisning til, jf. forestillingen om at “viden ... har sit mål i sig selv” (ibid.: 99) og lign.

Videnskab som kreativt sprogspil

Vidensproduktionen skal altså som nævnt ikke længere i samme grad tænkes som legitimeret af relationen mellem verden og udsagnet herom (dvs. i henhold til korrespondensteorien for sandhed), hvis sandhedsværdi måles gennem primært empirisk verifikation, falsifikation og lign. (ibid.: 51). I stedet kan og skal man betragte videnskaben som et sprogspil, hvis sandhedsværdi tager afsæt i et sprogspilsinternt regelsæt, som “er genstand for en eksplicit eller implicit kontrakt mellem spillerne” (ibid.: 25). “Betingelserne for det sande, det vil sige videnskabens regler, er dette spil iboende” (ibid.: 60), lyder det således hos Lyotard, og det afgørende sandhedskriterium består således af “elementernes kommensurabilitet” (ibid.: 8), dvs. de enkelte slags indbyrdes sammenhæng i relation til spillets regler. Her er der med andre ord tale om et pragmatisk, underforstået koherens-kriterium for sandhed (eller i det mindste noget der er kraftigt beslægtet hermed). I dette epistemologiske paradigmeskifte, som især rammer “den metafysiske filosofi og den universitære institution” ligger således også Lyotards ofte citerede vantro over for de såkaldte “metafortællinger” eller “store fortællinger” (ibid.: 8, 74-81), begrundet i et “første bevis” eller en transcendent autoritet (ibid.: 60). I stedet for én stor fortælling, som så at sige fungerer som endegyldig legitimeringshorisont for viden og den vidensafledte praksis, foreligger der ifølge Lyotard en hidtil uset heterogenitet af sprogspil med hver deres regelsæt, normer og kriterier for, hvad der kan vides, hvordan der kan vides, hvem der kan vide, under hvilke omstændigheder og med hvilket formål.

Årsagen til at kreativiteten kommer til at fremstå særligt relevant i denne sammenhæng hænger således sammen med, at vidensproduktion i langt mindre grad bliver forpligtet på virkelighedsreferencen, og altså dermed i langt højere grad baseres på de socialt konstruerede vidensnormer og “aksiomatikker”, dvs. sprogspilsbestemte symboler, former og operationer (ibid.: 82-83), som fungerer som grundlag for specifikke, videnskabelige “slag” i spillet. Eller om man vil: som en art “poetikker” for den kreative eller “poetiske” omgang med det videnskabelige sprog inden for de forskellige spil. For selv om de videnskabelige spil enkeltvist betragtet ganske vist i høj grad fortsat formelt set legitimerer sig selv ud fra den klassiske, realistiske/referentielle epistemologis grundantagelser, er der på afstand betragtet åbnet op for en langt mere omfattende – og ofte også mere naiv! – fortolkning af den epistemologiske relativisme, som ligger i kim heri. En opfattelse, som selvfølgelig især sætter sig igennem i den bredere anammelse af den postmoderne vidensteoris pointer uden for samfunds- og videnskabsteoriens sfærer, hvor Lyotards teori på samme tid kommer til at spille rollen som en skarp samtidsanalyse af spirende tendenser i sin samtid og qua dens teoretiske *impact* en profeti med en vis selvopfyldende kraft. Dette har således gjort det vidensteoretisk muligt at indplacere den menneskelige kreativitet som en central faktor i indstiftelsen af disse “decentralt” lokaliserede sandhedscentre/sprogspil – som den operation og/eller evne, som *skaber* ny viden(skab). Af samme

grund synes det ifølge Lyotard da også mere præcist at tale om “vidensproduktion” end om “erhvervelse af viden” (ibid.: 103).

I forlængelse heraf ligger der altså også en bevægelse i retning af en mere overordnet opfattelsen af viden som noget kreativt produceret eller frembragt (evt. sammenstykket af anden, allerede eksisterende viden), frem for som noget opdaget eller afdækket, en hemmelig eller hidtil ikke erkendt viden om “virkeligheden derude”, som er blevet afsløret. Centralt for denne udvikling, konstaterer Lyotard allerede i slutningen af 70'erne, er således det postindustrielle samfunds gryende informationsteknologier (“databankerne [...] morgendagens Encyklopædi” (ibid.: 101-102)), som altså ikke blot har potentialet til at omkalftre videns politiske og sociale dimensioner, men altså også videns ontologiske karakter. Lyotard citerer i denne forbindelse Nora & Minç's rapport *Computeriseringen af samfundet* (1978) for at den “vigtigste udfordring i de kommende årtier (...) ligger i vanskeligheden med at konstruere det netværk af forbindelser, som får informationen og organisationen til at gøre fremskridt”, i modsætning til tidligere, hvor den primære udfordring var at “beherske materien” (Lyotard 1996: 102). Lyotard bemærker i forlængelse heraf:

Så længe der spilles med ufuldstændige informationer, har den der ved og kan fremskaffe yderligere oplysninger en fordel. (...) Men i spil med fuldstændige informationer [databaser og lign.] kan den bedste performativitet formodentlig ikke bestå i at erhverve sig sådanne yderligere oplysninger. Den opnås ved en ny opstilling af data, der i egentlig forstand udgør et 'slag'. Denne nye opstilling opnås som regel ved at forbinde data, som indtil da har været anset for uafhængige af hinanden. Man kan kalde denne evne til at forbinde det, som ikke tidligere var det, for opfindsomhed [imagination]. (ibid.).

Eller man kan, som det har været kutyme de seneste årtier, kalde denne evne “kreativitet”; nærmere bestemt en form for *rekombinatorisk* kreativitet (i modsætning til den teologisk og sidenhen romantisk nedarvede, “heroiske” kreativitet, som indtil for få årtier siden har domineret det kreativtetsbegrebslige landskab (Bilton 2010, Stephensen 2010)). Pointen i forlængelse af Lyotard bliver således, at opfindsomhed eller kreativitet i det nye, radikalt forandrede postindustrielle data- og informationslandskab hermed bliver den operation, som muliggør den kvalitative overgang fra informationsfundet til et *genuint* videnssamfund (dvs. det, som inden for kreativitetsdiskursens terminologi betegnes “den kreative økonomi”, “den kreative tidsalder”, “kreativitetens æra” etc. (Venturelli 2000, Florida 2002: 4-5, 44)), hvor råstoffet information bearbejdes, raffineres og distribueres gennem kreativitetens mellemkomst – i virkeligheden nogenlunde homologt med den måde hvorpå den industrielle produktionsform omgikkes naturressourcerne (Lyotard 1996: 102).⁷

7) Aneurin Bevan, som var britisk Sundhedsminister i årene umiddelbart efter Anden Verdenskrig, beskrev fx med en berømt formulering Storbritannien som “en ø af kul omgivet af et hav af fisk.” (citeret fra Ross 2009: 24) Et sprogbillede, som på samme tid pegede på landets rige naturressourcer og dets industrielle kapacitet (dvs. 1. og 2. sektor i Colin Clarks klassiske typologi over økonomiske og samfundsmæssige udviklingstrin (1957)), men med den implicite undertekst, at det især var sidstnævnte, kul, samt ikke mindste den heraf afledte, høje industrielle produktionskapacitet, som udgjorde nationens økonomiske og identitetsmæssige ryggrad i kølvandet på Det britisk Imperiums afvikling. I midthalvfemserne skulle nationens nye ideal/identitet imidlertid nu i stedet være Storbritannien som “en ø af kreativitet omgivet af et hav af viden [understanding]” (ibid.), som det formuleredes af filminstruktør og videnskabs- og kulturrådgiver for New Labour-regeringen, David Puttnam. Gennem denne parafrasering af Bevans berømte citat tog Puttnam således ikke blot afsked med Storbritanniens tidligere image og selvforståelse som industrination. Han antydede tillige Storbritanniens (potentielle) overlegenhed i forhold til resten af verden, som ifølge Puttnam blot er videns- og informationsfund/økonomier – jf. det “hav” af informationsstrømme og -udvekslinger, som ifølge beskrivelsen omkranser Storbritannien, og som det gamle imperium ganske vist også har del i, men som det samtidig hæver sig ud af eller op over gennem udnyttelse af denne nyopdagede kombinerede naturressource og postindustrielle produktionsteknologi, kreativiteten, som altså tænkes at (skulle) trives særligt godt i det britiske.

Scenario 1: akademisk kapitalisme

Med afsæt i dette nye epistemologiske grundvilkår aftegner Lyotard to mulige scenarier, hvoraf han foretrækker ét, men frygter og forudser, at det andet vil blive (endnu mere) dominerende. Skræks-scenariet er i hvert fald det, som Lyotard allerede i sin samtid finder tendentielt udfoldet i en stadig mere udbredt opfattelse af vidensproduktionens (anvendelses)værdi som stort set sammenfaldende med merkantile og økonomiske kernebegreber og værdier. “[Det] eksplicitte eller implicitte spørgsmål, som stilles af den professionelle student, af staten eller af den højere uddannelsesinstitution”, bemærker Lyotard således, “er ikke længere: er dette sandt? men: hvad kan det bruges til? (...) kan det sælges? (...) er det effektivt?” (ibid.: 101) Hvorefter han fortsætter med at konstatere:

Dette forhold mellem erkendelsens leverandører og brugere og så erkendelsen tenderer imod at antage formen af det forhold, som producenterne og konsumenterne af varer har til disse, det vil sige værdiformen. Viden er og vil blive produceret for at blive solgt, og den er og vil blive konsumeret for at blive valoriseret i en ny produktion: i begge tilfælde for at blive udvekslet. (ibid.: 14-15).

Videnskaben er således i tiltagende grad blevet en produktivkraft, hvor det ifølge Lyotard nu ikke er sandheden (dvs. det korrekte forhold mellem udsagn og verden), men derimod performativiteten, som jævnføres med “det bedst mulige input/output-forhold”, der fungerer som videnskabens legitimeringsfortælling (ibid.: 88-90). Eller som Robb & Bullen har formuleret det: “Målestokken for forskningens sande værdi er blevet håndgribelige resultater og virkelige (økonomiske) goder.” (2004: 7). Heri ligger den overgang fra “ideen om kultur” til en “performativetskultur”, som Bill Readings pessimistisk analyserede under den noget dramatiske titel *The University in Ruins* (1996: 54), som har været det kritiske afsæt for en lang række teorier, som under termer som “akademisk kapitalisme” (Slaughter 1999), “kognitiv kapitalisme” (Dyer-Witherford 2005), “Higher Ed, Inc.” (Ruch 2001) og lignende har blæst til angreb imod den nye rolle, som universitetet er blevet tildelt/har påtaget sig. Anlægger man dette perspektiv synes det således indlysende, at den verserende diskurs om kreativitet som en væsentlig bestanddel af den forskningsbaserede, universitære viden og dens anvendelse ligger i umiddelbar forlængelse af denne økonomisering af vidensbegrebet, som Lyotard diagnosticerede.

Scenario 2: paralogien

Op imod dette ganske entydigt negative billede af videns forandrede sociale status og epistemologiske tilstand i det postmoderne, stiller Lyotard imidlertid et modideal, som også fortsat har relevans for den universitære kreativitetsdiskurs. Dette modideal beskrives som “den forskellsskabende aktivitet eller opfindsomheden eller paralogien” (Lyotard 1996, s. 127). Denne paralogiske logik tager udgangspunkt i samme epistemologiske fundament som det performative paradigme. Og ligeledes her spiller kreativiteten – summarisk defineret som evnen til at få ideer (ibid.: 117) – en central rolle.

Paralogien tænkes som “et slag i en videnspragmatik”, men vel at mærke med “betoning (...) på uenigheden” (ibid.: 119) frem for på det videnskabelige spils konsensus. Det videnskabelige udsagns relevans – og overordnet set: videnskabens legitimitet – er således, at “det vil afføde ideer, det vil sige nye udsagn” (ibid.: 127). Ifølge dette skal videnskabens mål altså ikke være en generel konsensus – fx i form af enighed om en bestemt viden er (mest) korrekt og dermed forhåbentlig evigtgyldig – men derimod paralogien selv. Eller som Lyotard formulerer det: “sprogspillenes heteromorfi” (ibid.: 128-129), dvs. videns diversitet, forskelligartethed etc. Selve “det at få ideer”, cite-

rer Lyotard således zoologen Peter B. Medawar for, "er det højeste en videnskabsmand kan opnå", netop eftersom enhver "udarbejdet teori er nyttig i den forstand, at den afføder ideer" (ibid.: 117).

Med paralogien kan man således tale om en videnskabelig pragmatik, som fungerer som "anti-model af det stabile system" (dvs. det traditionelle vidensparadigme) og udgør dermed "det 'åbne system', hvor udsagnets relevans er, at det 'afføder ideer', det vil sige andre udsagn og andre spilleregler." (ibid.: 125). En idé, som fx inden for filosofien finder sin paradigmatisk formulering i Gilles Deleuzes (og Felix Guattaris) advokatur for filosofien som en *assemblage*-agtig, polyfonisk størrelse, som netop har til formål at skabe eller opfinde nye begreber og korridorer at tænke igennem; at facilitere tilbliven og potentielt liv gennem at tænke i det virtuelle, frem for i det aktuelt eksisterende og vante, dvs. alt det, som filosofien vanligvis har søgt at tænke over, sætte på begreb og dermed fiksere (Deleuze 2001, Jeanes 2006). En filosofisk tilgang til problematikken, som Lyotard også selv eksplicit refererer til som belæg for sine mere generelle videnskabsteoretiske pointer (1996: 102).

Samtidig synes det i forbindelse hermed også indlysende, at det faktum, at disse epistemologier, eller om man vil: videnspoetikker, formuleres af teoretikere, som sideløbende beskæftiger sig ganske indgående med æstetisk teori og modernistisk/avantgardistisk kunst, ikke har været uden betydning for de normer og værdier, som så at sige tænkes ind i vidensproduktionens idealformer. Om end parallelterne naturligvis ikke bør skamrides, er det ikke desto mindre nærliggende at påpege, hvorledes paralogien, som den fremhæves hos Lyotard, fremstår bemærkelsesværdigt homolog med modernismens/avantgardismens credo om "det ny for det nys egen skyld".

Forskellige kreativiteter hos Lyotard

Ud fra en kreativitetsteoretisk optik er det imidlertid væsentligt at bemærke, at den kreativitet, som hos Lyotard indskrives som central faktor i forbindelse med henholdsvis det performative princips epistemologi og paralogien faktisk ikke er den samme. Til fælles har de ganske vist forskelligheden fra store dele af den klassiske forståelse af den kreative proces' karakter og aktører, dvs. den romantisk nedarvede forestilling om én skaber med noget nær evigtgyldig autoritet over skabelsesaktens afsluttede produkter etc. I stedet er der her tale om en forståelse af kreativiteten som en kontinuerlig proces af skabelse og omskabelse af allerede eksisterende materiale (information, anden viden etc.), som potentielt også involverer en lang række forskellige aktører distribueret over tid og rum. Med andre ord en forståelse af kreativitet som *creatio ex materia* frem for *creatio ex nihilo* (Tigerstedt 1968, Mason 1988).

Men samtidig er de forskellige. Den kreativitet, som påkaldes i forbindelse med det teknologiske kriteriums performative vidensproduktion, har nemlig som endemål fortsat i høj grad relativt stabile videnskonstruktioner, som kan indskrives i forskellige former for intellektuelle rettighedslogikker (copyright, patenter etc.), og som derved kan gøres til genstand for kapitaliseringsbestrebelse (Lyotard 1996: 119). Og i modsætning hertil er den kreativitet, som tænkes som paralogiens drivkraft i stedet rettet mod konstant udskydelse, destabilisering, uenighed, uforudsigelighed, midlertidighed, det lokale og det legende osv. (ibid.: 118-131) Alle egenskaber, som opfattes som selve det postmoderne videnskabelige spils virkelige *raison d'être*, men som reelt er på kant med den dominerende videnskabelige praksis i den postmoderne tilstand.

På den ene side har vi altså en forståelse af videnskabelse i den postmoderne tilstand, som gennem fordringer om videns performativitet søger at tilpasse det videnskabelige arbejde det eksisterende samfunds og dets økonomis herskende logikker. Dette er med Lyotards formulering "en drøm af et instrument til kontrol og regulering af markedssystemet, som nu også er blevet udvidet til også at

omfatte viden” (ibid.: 130). Og på den anden side har vi en forståelse, som har en knap så veltilpasset videnskabelse som ideal, og som i langt højere grad opfatter vidensudveksling og kontinuerlig idégenerering som ideal og mål, end vidensprodukter. Med andre ord altså netop de to forskellige forståelser af kreativiteten og dens sociale og kulturelle indplacering, som bl.a. har stået som altoverskyggende omdrejningspunkt for kampene mellem *copyright* og *copyleft* eller “proprietær software” *versus* “fri software” (Stallman 2010) samt for *creative commons*-bevægelsens forsøg på at bygge bro herimellem (Lessig 2004) og siden hen for postulatet om den sociale ko-produktions historiske overskridelse af disse sondringers relevans (Benkler, Tapscott & Williams, Leadbeater etc.), om end sidstnævnte position, når alt kommer til alt, ganske vist sjældent – hvis nogensinde – taber blikket for videns økonomiske potentiale (van Dijck & Nieborg 2009, Stephensen 2011).

Fra heroisk til strukturel kreativitet

Som antydnet synes en væsentlig forudsætning for nyere tids indforskrivning af kreativiteten i den vidensteoretiske og universitære diskurs – og mere specifikt begge Lyotards scenarier: “opfindsomhedens paralogi” (Lyotard 1996, s. 9) og den performative epistemologis “effektivitetslogik” (ibid.: 8) – altså at være visse forskydninger i forståelsen af kreativiteten. Forskydninger som implicerer spørgsmål parallelle med dem, der havde med vidensbegrebets forvandling at gøre, nemlig: Hvad er kreativitet? Hvem er kreativ? Under hvilke omstændigheder udfoldes kreativiteten (bedst)? Hvilken rolle og funktion har kreativiteten? Og hvordan tager dens produkter sig ud?

Hvis man således kaster et meget overordnet blik på den akademiske kreativitetsforskning de seneste årtier, tegner der sig en markant forskydning i forståelse af, *hvad* det egentlig er for et fænomen, man studerer, og ikke mindst *hvor* og *hvornår* dette fænomen optræder og derfor kan undersøges. Dette perspektivskifte kan illustreres ved hjælp af Mel Rhodes (1961) sondring mellem fire forskellige aspekter ved kreativitet, de såkaldte “4 P’er”: *Person* (jf. fx ideen om kunstnergeniet eller den tidlige psykopatologis noget klichéfyldte koblinger mellem galskab og genialitet), *Produkt* (jf. fx når vi med Ingolds ord “læser kreativiteten baglæns” (Ingold 2010: 10), dvs. udleder producentens/personens kreativitet af et givent artefakt, som vi påskønner som nyt, originalt, værdifuldt eller lign.), *Proces* (kreativitetens stadier, faser, rutiner etc.) og endelig *Pres* (fx fra omgivelser, miljø, kolleger og sig selv samt fra fænomener og omstændigheder som tid, økonomi, (nye) teknologier mm.). Ifølge Chris Bilton (2007, 2010) har vi de senere årtier således været vidner til et noget nær generelt paradigmeskifte fra en “heroisk” til en “strukturel” kreativitetsforståelse, hvormed der menes at trykket i tiltagende grad er blevet lagt på *proces* og *pres* som det sted, hvor kreativiteten opstår og kan studeres, frem for på *person* og *produkt*. “Opmærksomheden,” bemærker Bilton, “skifter hermed fra individuelle kompetencer til det sociale og de organisatoriske rammer” (Bilton 2007: 24), til “processerne og systemerne” (ibid.: 23).

Det forekommer således ganske utilfældigt, at denne bevægelse løber parallelt med tendenser inden for kunstverdenen, hvorfra vi så at sige har arvet selv kreativitetsbegrebet i dets efterhånden mange afstøbninger. Her har især en række af det 20. århundredes avantgardebevægelser (særligt den såkaldt historiske avantgarde (Bürger 1984) og forskellige neoavantgardistiske grupperinger) samt en lang række kunst- og litteraturteoretiske skoler (receptionsæstetikken, strukturalismen, poststrukturalismen for blot at nævne de mest markante) været engagerede i et noget nær unisont opgør med kunstinstitutionen og kulturparnassets monopolitiske omfavnelser af kreativiteten i dens romantiske forståelse (Stephensen 2010, Peters 2007).

I stedet har man på forskellig vis søgt at lade den rehabiliterede, fritsatte kreative praksis genforne med – eller i teoriens verden: genindskrive i – livet (Bürger 1984, Beuys 1974a,b). Og midlet

hertil har – parallelt med den videnskabelige kreativitetsforskning – som regel været et anslag mod dels kunstnerfigurens (*person*) ophøjede status, dels værkbegrebets (*produkt*) autonomi (dvs. dets afsluttedhed, bestandighed, materialitet etc.) samt i denne forbindelse den herskende idé om en privilegeret kobling imellem disse to størrelser. I stedet har man, selv om man samtidig ofte har haft på fornemmelsen, at det blot har været på skrømt (Dinkla 1996: 282-283), på yderst forskellig og højt opfindsom vis inviteret publikum/beskueren/læseren (eller for den sags skyld fremstilleren af hverdagsgenstande, som det er tilfældet med *readymaden* (Roberts 2007)) ind som medskaber af værket – hvis det da overhovedet er blevet tildelt nogen egentlig materialitet (Lippard 1997) – og dermed forskudt accenten i selve den kunstneriske skabelsesproces til det sociale og dets forskelligartede processer (dvs. henholdsvis *pres* og *proces* i Rhodes' terminologi).

Om end diskursen, som har omgivet dette historiske "projekt: sæt kreativiteten fri", har været præget af varierende grader af flammende, ideologisk retorik, har det ikke desto mindre været et ganske gennemgående træk, at der som minimum har været en ikke helt ubetydelig tendens til at opfatte projektet (subsidiært: den teoretisk konstaterede udvikling) som en begivenhed med emancipatoriske dimensioner og potentialer. Kreativitetens "frisættelse" har med andre ord også konnoteret menneskets frisættelse – politisk, kulturelt, socialt, eksistentielt etc.

En palet af kreativiteter

Ligesom det har været tilfældet inden for kunsten, har den kreativitetsvidenskabelige forskydning ingenlunde ikke betydet, at det traditionelle, romantisk nedarvede kreativitets-, kunstner- og værkbegreb er blevet fuldstændig fortrængt af en ny forståelse. Der er, som allerede antydet, nærmere tale om en bevægelse, som bringer nye forståelser til – en åbning eller begrebslig mangfoldiggørelse, om man vil. Det har med andre ord ikke betydet, at vi nu har ét nyt kreativitetsbegreb til afløsning for det gamle, men derimod en lang række forskellige – hvoraf det traditionelle, romantiske åbenlyst fortsat er yderst virksomt.

Her er det imidlertid væsentligt at understrege, at hvad der ud fra en klassisk filosofisk eller videnskabsteoretisk betragtning ville kunne anskues som en problematisk inkohærens i eller endog kilde til falsifikation af disse kreativitetsdiskurser som *videns*diskurser, reelt ikke udgør noget faretruende paradoks for diskursen og dens instrumentelle eller performative potentiale. Faktisk tværtimod. De paradoksale flertydigheder, som alle disse kreativitetsdiskuterende og -undersøgende felter er svangre med, bør nærmere forstås som udtryk for kreativitetsdiskursens potentiale og vitalitet, forekommer det. Dels anskuet ud fra en videnskabsteoretisk optik, ud fra hvilken denne stærkt brogede palet af forskellige optikker og tilgange blot synes at bekræfte Lyotards idé om multible sprogspil med forskellige regelsæt, normer og vidensidealer. Dels set gennem en mere politisk-ideologisk optik. Steen Nepper Larsen bemærker således, efter at have konstateret det efterhånden åbenlyse: at begrebet kreativitet er ikke noget præcist videnskabeligt begreb, at det netop er dette faktum, der gør, at kreativitet

kan mobiliseres som et begreb og som et ord med en positiv valør langt fra de videnskabelige offentligheders krav om definatorisk begrebskonsistens og nøgtern testabilitet. Manglen på éntydighed og fraværet af almene anvendelsesforpligtede sprogsregler gør alverdens subjektive projektioner, erhvervsøkonomiske strategier og vidtløftige politiske projekter mulige i kølvandet på det multifacetterede fænomen kreativitets vidtforgrænedede historie. (Larsen 2008: 75).

Medens det således forekommer at være med en vis undren og skepsis, at den tyske filosof Hartmut

von Hentig i undertitlen til sit essay, *Kreativitet* (1999), bemærker, at vi her synes at have alt for "høje forventninger til en vagt begreb", kunne man således tilføje, at det måske i stedet netop er *i kraft af* denne tilsyneladende begrebslige uklarhed og manglende præcision, at det er muligt at drømme så stort om kreativitetens lyksaligheder. Og samtidig virker det på en måde også modsat. Det faktum at kreativiteten *in singularis* – i hvert fald rent grammatisk set – tilsyneladende meningsfuldt kan lanceres som fællesnævner i en lang række yderst forskelligartede kontekster, som hver især følger egne logikker, rationale og værdier (fx i form af forskellige sprogspil i Lyotards terminologi), virker samtidig tilbage på den bredere kulturelle forståelse af begrebet som ét, der refererer til en evne og en type praksis, som så at sige har en dybere betydning, mening og værdi (Botting 2004: 217). Ja, det synes nærmest at forholde sig sådan, at jo mere uforenelige kreativitetens forskellige manifestationer fremstår, jo dybere rodfæstet giver denne evne indtryk af at være noget hemmelighedsfuldt essentielt, som vi så at sige er på nippet til at begribe, og ikke mindst dermed også noget, der er ladet med store potentialer.

Fra den uregerlige til den ledelsesegnede kreativitet

En yderligere pointe, som er værd at fremdrage i denne sammenhæng, er således, at dette overordnede accentuerings skift i kreativitetsforskningen har haft den konsekvens, at kreativiteten i dag fremstår som langt mere ledelsesegnet (*manageable*) end tidligere (Bilton 2010), hvilket til dels synes at kunne forklare paradokset i at den universitære verdens fokus på kreativitet ledsages af et tiltagende ledelseslag (om end hele paradokset dog næppe kan bortforklares). Medens ledelse af "heroisk" kreativitet primært må forstås som en aktivitet, som handler om rekruttering af kreative individer, og derfor i praksis gør ledelsen *per se* relativt marginal i relation til kreativiteten og dens realisering i den givne organisation, drejer ledelsesaktiviteten under en "post-heroisk", strukturel kreativitetsforståelse sig i langt højere grad om "rigtige" ledelsesting: iscenesættelse af innovationsprocesser, design og intervention i organisatoriske rammer, opbygning af virksomhedskulturer, "framing" af deltagere/medarbejdere osv. (jf. fx også Ida Krøgholts og Thomas Rosendal Niensens respektive bidrag i herværende sammenhæng). I forlængelse heraf kan man også konstatere en forskydning i ledelsesjargonen fra at tale om ledelse af kreative personer til at tale om ledelsespraksisen selv som en decideret kreativ praksis (Mumford 1991; Rickards & Moger 2006). Og ligeledes finder man også inden for de kreative erhverv en tiltagende forståelse blandt ledelseslaget, at der, hvor man kan intervenere, er i den kreative kontekst (dvs. Rhodes' *pres*) frem for i det kreative indhold (dvs. det *produkt*, som i sagens natur fortsat er formålet med hele processen) (Bilton 2011).

Der er ganske vist ikke – så vidt jeg ved – udført egentlig forskning i forholdet mellem (1) nutidens dominerende, ledelsesegnede kreativitetsbegreb(er), (2) den omfattende politisk, økonomiske og samfundsmæssige interesse i kreativiteten som en vækst-*driver* og (3) uddelingen af forskningsmidler inden for feltet. Ikke desto mindre synes det rimeligt at antage, at kreativitetsforskningens kontekstuelle og processuelle "vending" ikke udelukkende kan begrundes på den vis, som den akademiske kreativitetsdiskurs ofte selv forklarer skiftet, nemlig som en kommen-til-besindelse (typisk i form af en afmystificering af den hidtidige, romantisk influerede kreativitetsideologi (jf. fx Weisbergs *Creativity: Genius and Other Myths* (1986)). Læst små-paranoidt forekommer Lyotards postulat om, at konsekvensen af det faktum, at det såkaldt "tekniske kriterium" om videns performativitet er blevet "massivt (...) indført i den videnskabelige viden" ikke "forbliver uden indflydelse på sandhedskriteriet" (Lyotard 1996: 91), altså med andre ord at have været en yderst præcis diagnose. Hvis der er noget om dette ræsonnement, bliver vores forståelse af, hvad kreativitet er, hvordan den opstår og operationaliseres, hvad den frembringer, og hvem og hvad der

deltager, altså i høj grad formet af, hvad den kan og skal bruges til. Vores akademiske viden og ideer om, hvad kreativitet er, kan og skal – og i sidste instans dermed også hvilken relevans den har for os selv som akademikere – synes altså i høj grad formet af vores parallelle forestillinger om videns ikke blot epistemologiske karakter, men også dens sociale, samfundsmæssige status. Men, som det forhåbentlig også er lykkedes mig at om ikke andet så blot antyde, så bliver kompleksiteten bestemt ikke med mindre af, at vores epistemologi og videnspolitik også i væsentligt omfang er præget af, hvilke kreativitetsbegreb(er) vi abonnerer på.

Litteratur

Amabile, Teresa, 1997. Motivating creativity in organizations: on doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40 (1).

Banks, John & Deuze, Mark, 2009. Co-creative Labour. *International Journal of Cultural Studies*, 12 (5).

Barthes, Roland, 1996. Den ny Citroën. *Mytologier*. Kbh.: Gyldendal.

Bauer, Martin, red., 1995. *Resistance to New Technology: Nuclear Power, Information Technology, Biotechnology*. Cambridge University Press.

Bauer, Martin W. & Gaskell, George, 2008. Social Representations Theory: A Progressive Research Programme for Social Psychology. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 38 (4).

Bell, Daniel, 1976. *The Coming of Post-Industrial Society*. New York: Basic Books.

Benkler, Yochai, 2006. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven & London: Yale University Press.

Beuys, Joseph, 1974. I Am Searching for Field Character. In: Joachimides & Rosenthal, red. *Art into Society, Society into Art*. London: Institute of Contemporary Arts.

Beuys, Joseph, 1974. Manifesto on the foundation of a 'Free International School for Creativity and Interdisciplinary Research'. In: Joachimides & Rosenthal, red. *Art into Society, Society into Art*. London: Institute of Contemporary Arts.

Bilton, Chris, 2007. *Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management*. Malden, Oxford & Carlton: Blackwell.

Bilton, Chris, 2010. Manageable Creativity. *International Journal of Cultural Policy*, 16 (3).

Bilton, Chris, 2011. The Management of Creative Industries: From Content to Context. In: Deuze, red. *Managing Media Work*. Thousand Oaks: Sage.

Botting, Fred, 2004. Culture, Litterature, Information. In: Callus & Herbrechter, red. *Post-Theory, Culture, Criticism*. Amsterdam & New York, Rodopi.

Bruns, Axel, 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producers*. New York: Peter Lang.

Bröckling, Ulrich, 2006. On Creativity: A Brainstorming Session. *Educational Philosophy & Theory*, 38 (4).

Bullen, Elizabeth & Robb, Simon, 2004. A Provocation. In: Jane Kenway, Elizabeth Bullen & Simon Robb, red. *Innovation & Tradition: The Arts, Humanities and the Knowledge Economy*. New York: Peter Lang.

Bürger, Peter, 1984. *Theory of the Avant-Garde*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Castoriadis, Cornelius, 1994. Radical Imagination and the Social Instituting Imaginary. In: Robinson & Rundell, red. *Rethinking Imagination: Culture and Creativity*. London: Routledge.

- Chesbrough, Henry W., 2003. *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston: Harvard Business School.
- Clark, Colin, 1957 (1940). *The Conditions of Economic Progress*. London: Macmillan.
- Coade, Neil, 1997. *Be Creative: The Toolkit for Business Success*. London & New York: International Thomson Business Press.
- Cogburn, D. L., 2003. HCI in the so-called developing world: what's in it for everyone. *Interactions*, 10 (2).
- Cunningham, Stuart, 2003. The Evolving Creative Industries: From original assumptions to contemporary interpretations. Upubliceret paper. <http://eprints.qut.edu.au/4391/> (25. august 2011).
- Department of Culture, Media & Sport, 1998. *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS. http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4740.aspx (19. juni 2011).
- Deleuze, Gilles, 2001. *Difference and Repetition*. London, New York: Continuum.
- Dinkla, Söke, 1996. From Participation to Interaction. In Leeson, red. *Clicking In: Hot Links to a Digital Culture*. Seattle: Bay Press.
- Donald, James, 2004. What's New? A letter to Terry Flew. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 18 (2).
- Drexler, Eric K., 1991. Hypertext Publishing and the Evolution of Knowledge. *Social Intelligence*, 1 (2).
- Drucker, Peter F., 1996 (1957). *The Landmarks of Tomorrow: A Report on the New 'Post-Modern' World*. New Brunswick: Transaction Publ.
- du Gay, Paul, 2007. *Hyldest til bureaukratiet: Weber, organisation, etik*. Kbh.: Hans Reitzels Forlag.
- Dyer-Witheford, Nick, 2005. Cognitive Capitalism and the Contested Campus. In: Cox & Krysa, red. *Engineering Culture*. New York: Autonomedia.
- Etzkowitz, Henry, 2008. *The Triple Helix: University-Industry-Government Innovation in Action*. New York: Routledge.
- Etzkowitz, Henry & Leydesdorff, Loet, 2000. The dynamics of innovation- from National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29.
- Fink, Hans, 2003. Hvad er et universitet? In: Fink, Kjærgaard, Kragh & Kristensen, red. *Universitet og videnskab. Universitetets idehistorie, videnskabsteori og etik*. Kbh.: Hans Reitzels Forlag.
- Flew, Terry, 2004. Creativity, the 'New Humanism' and Cultural Studies. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 18 (2).
- Florida, Richard, 1999. The Role of the University: Leveraging Talent, Not Technology. *Issues in Science and Technology*, 15 (4). <http://www.issues.org/15.4/florida.htm> (17. juli 2011).
- Florida, Richard, 2002. Bohemia and Economic Geography. *Journal of Economic Geography*, 2 (1).
- Florida, Richard, Kevin Stolarick, Gary Gates & Brian Knudsen, 2006. *The University and the Creative Economy*. http://www.creativeclass.org/rfgdb/articles/univ_creative_economy082406.pdf (16. juni 2011).
- Frank, Thomas, 1997. *The Conquest of Cool. Business Culture, Counterculture, and the Rise of Hip Consumerism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hamel, Gary, 2007. *The Future of Management*. Boston: Harvard Business School Press.

- Howe, Jeff, 2009. *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*. London: Random House.
- Ingold, Tim, 2008. Bringing Things Back to Life: Creative Entanglements in a World of Materials. Arbejdsrapport. <http://www.reallifemethods.ac.uk/events/vitalsigns/programme/ingold.htm> (15. august 2011).
- Jeanes, Emma L., 2006. 'Resisting Creativity, Creating the New'. A Deleuzian Perspective on Creativity. *Creativity and Innovation Management*, 15 (2).
- Jenkins, Henry, 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York & London: New York University Press.
- Kanter, Rosabeth Moss, 1989. *When Giants Learn to Dance*. New York: Simon & Schuster.
- Kao, John, 1996. *Jamming: The Art and Discipline of Business Creativity*. New York: Harper Business.
- Kelty, Christopher M., 2008. *Two Bits: The Cultural Significance of Free Software*. Durham & London: Duke University Press.
- Kline, Ronald, 2005. Resisting Consumer Technology in Rural America: The Telephone and Electrification. In: Oudshoorn & Pinch, red. *How Uses Matter: the Co-Construction of Users and Technology*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kreiss, Daniel, Megan Finn & Fred Turner, 2011. The limits of peer production: Some reminders from Max Weber for the network society. *New Media & Society*, 13 (2).
- Kristensen, Jens Erik, 2008. Kapitalismens nye ånd og økonomiske hamskifte. *Dansk Sociologi*, 19 (2).
- Larsen, Steen Nepper, 2008. *Kategoriale tydinger af den kognitive kapitalisme – med særligt henblik på at begribe samtidens trang og tvang til kreativitet*. Kbh.: GNOSIS, nr. 3.
- Leadbeater, Charles & Paul Miller, 2004. *The Pro-Am Revolution*. London: Demos.
- Leadbeater, Charles, 2008. *We-Think: The Power of Mass Creativity*. London: Profile Books.
- Lessig, Lawrence, 2004. *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. New York: Penguin.
- Lippard, Lucy, 1997 (1973). *Six Years: The Dematerialization of the Art Object*. Berkeley & Los Angeles: University of California Press.
- Luke, Timothy W., 2005. From Pedagogy to Performativity: The Crisis of Research Universities, Intellectuals, and Scholarly Communication. *Telos*, 131.
- Lyotard, Jean-Francois, 1996 (1979). *Viden og det postmoderne samfund*. Aarhus: Slagmark.
- Maslow, Abraham, 1954. *Motivation and Personality*. New York: Harper Row.
- Mason, John Hope, 1988. The Character of Creativity: Two Traditions. *Journal of European Ideas*, 9 (6).
- McGregor, Douglas, 1957. The Human Side of Enterprise. *The Management Review*, 46 (11).
- Mehlsen, Camilla, 2011. Farvel til fabriksundervisning, goddag til fremtidens fleksible læring. *Asteriks*, 59.
- Mumford, Michael D., 1991. Leaders as Creators: Leader Performance and Problem Solving in Ill-Defined Domains. *Leadership Quarterly*, 2 (4).
- O'Reilly, Tim, 2005. What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (16. august 2011).
- Oudshoorn, Nelly & Pinch, Trevor, 2005. Introduction: How Users and Non-Users Matter. In: idem., red. *How Uses Matter: the Co-construction of Users and Technology*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Pedersen, Kristoffer Holm, 2007. Interview: Hvad er meningen?: 'Fremtiden ligger i det sanderske universitet'. Interview med Helge Sander. *Politiken*, 4. juni 2007.
- Peters, Michael A., 2007. Opening the Book: (From the Closed to the Open Text). *The International Journal of the Book*, 5 (1).
- Peters, Michael A., 2009. Education, Creativity and the Economy of Passions: New Forms of Educational Capitalism. *Thesis Eleven*, 96.
- Peters, Michael A., 2010. Three Forms of the Knowledge Economy: Learning, Creativity and Openness. *British Journal of Educational Studies*, 58 (1).
- Peters, Michael A. & Besley, Tina (A.C.), 2009. Academic Entrepreneurship and the Creative Economy. In: Peters, Marginson & Murphy, red. *Creativity and the Global Knowledge Economy*. New York: Peter Lang Publ.
- Peters, Tom, 1998. *The Circle of Innovation*. New York: Alfred A. Knopf Inc.
- Pine II, B. Joseph & Gilmore, James H., 1999. *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Prahalad, C.K. & Ramaswamy, Venkatram, 2002. The Co-Creation Connection. *Strategy+Business*, 27. <http://www.strategy-business.com/article/18458?gko=f472b> (29. juni 2011).
- Readings, Bill, 1996. *The University in Ruins*. Cambridge: Harvard University Press.
- Rhodes Mel, 1987 (1961). An Analysis of Creativity. In: Scott G. Isaksen, red. *Frontiers of Creativity Research*. Buffalo: Bearly Limited.
- Rickards, Tudor & Moger, Susan, 2006. Creative Leaders: A Decade of Contributions from Creativity and Innovation Management Journal. *Creativity and Innovation Management*, 15 (1).
- Roberts, John, 2007. *The Intangibilities of Form: Skill and Deskilling in Art After the Readymade*. London & New York: Verso.
- Ross, Andrew, 2009. *Nice Work If You Can Get It: Life and Labor in Precarious Times*. New York: New York University Press.
- Ruch, Richard S., 2001. *Higher Ed, Inc: The Rise of the For Profit University*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Saveri, Andrea, Howard Rheingold & Kathi Vian, 2005. *Technologies of Cooperation*. Palo Alto: Institute for the Future.
- Slaughter, Sheila, 1999. *Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Smith, Chris, 1998. *Creative Britain*. London: Faber & Faber.
- Stallman, Richard M., 2010. *Free Software, Free Society: Selected Essays of Richard M. Stallman*. Boston: Free Software Foundation.
- Stephensen, Jan Løhmann, 2010. *Kapitalismens ånd & den kreative etik*. Aarhus: Digital Aesthetics Research Center.
- Stephensen, Jan Løhmann, 2011. The Creative Public: Democratic or Productive?. In: Andersen, Lund & Cox, red. *Nyhedsavisen: Public Interfaces*. Aarhus: Digital Aesthetics Research Center.
- Stephensen, Jan Løhmann, 2012. Kreativ kapitalisme: nye værdier, nye teknologier og nye diskurser. Raffnøse-Møller, Thorup, Larsen & Hansen, red. *Kapitalismens ansigter*. Aarhus: Philosophia (in press).

- Sternberg, Robert J., 2005. Creativity or Creativities?. *International Journal of Human-Computer Studies*, 63 (4-5).
- Strannegård, Lars, 2002. Nothing Compares to the New. In: Holmberg, Salze-Mörling & Strannegård, red. *Stuck in the Future? Tracing 'the New Economy'*. Stockholm: Bookhouse Publ.
- Surowiecki, James, 2004. *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economics, Societies and Nations*. New York: Doubleday.
- Tapscott, Don & Anthony D. Williams, 2006. *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. New York: Portfolio.
- Tapscott, Don & Anthony D. Williams, 2010. *Macrowikinomics: Rebooting Business and the World*. New York: Portfolio.
- Tigerstedt, E. N., 1968. The Poet as Creator: Origins of a Metaphor. *Comparative Literature Studies*, 5 (4).
- Veluxfonden, 2011. To projekter skal tage temperaturen på humanistisk forskning. <http://www.veluxfonden.dk/C12576AB0041534D/0/3EA87105EA8FE6E7C12578BF004B1B2A?open> (15. august 2011).
- Venturelli, Shalini, 2000. *From the Information Economy to the Creative Economy: Moving Culture to the Center of International Public Policy*. Washington: The Center for Arts and Culture.
- von Hentig, Hartmut, 1999. *Kreativitet: høje forventninger til et vagt begreb*. Kbh.: Hans Reitzels Forlag.
- Waldrop, M. Mitchell, 2008. Science 2.0: Great New Tool, or Great Risk?. *Scientific American*, 298 (5). <http://www.sciam.com/article.cfm?id=science-2-point-0-great-new-tool-or-great-risk> (17. juni 2011).
- Weisberg, Robert W., 1986. *Creativity: Genius and Other Myths*. New York: W. H. Freeman & co.
- Whyte, William H., 1956. *The Organization Man*. New York: Simon and Schuster.
- Wulf, William, 1993. The Collaboratory Opportunity. *Science*, 261 (5123).
- Wyatt, Sally, 2005. Non-Users Also Matter: The Construction of Users and Non-Users of the Internet“. In: Oudshoorn & Pinch, red. *How Uses Matter: the Co-construction of Users and Technology*, Cambridge, MA: MIT Press.

Jan Løhmann Stephensen

Ph.d., post.doc. i Æstetik & kultur. Relevante publikationer: *Kapitalismens ånd og den kreative etik*, Aarhus: DARC, 2010, “Creative Publics – Democratic or Productive?”, in: Andersen, Lund & Cox (red.), *Nyhedsavisen: Public Interfaces*, Aarhus: DARC, 2011, “Kreativ kapitalisme – nye værdier, nye teknologier og nye diskurser”, in: Raffnsøe-Møller, Thorup, Larsen & Hansen (red.), *Kapitalismens ansigter*, Aarhus: Philosophia (in press).
