

KREATIVNOST U HALJINAMA INTELIGENTNOG DIZAJNA – KRITIKA KREATIVNOSTI

Gerald Raunig, Gene Ray and Ulf Wuggenig: Critique of Creativity,
www.myflybooks.org, 2011.



Knjiga *Kritika kreativnosti* urednika Geralda Rauniga, Genea Raya i Ulfa Wuggeniga govori o kreativnosti iz druge perspective – kritičke. Radovi objavljeni u ovoj knjizi analiziraju problematiku složenog fenomena oživljavanja stvaranja mitova i oblikovanja suvremene kritike kreativnosti. Knjiga se sastoji od 14 radova/eseja koje problematika veže uz kritiku kreativnosti.

Gerald Raunig filozof je i teoretičar umjetnosti koji radi na Sveučilištu u Zürichu, Odjelu za umjetnosti i medije, te se problematikom kreativnosti iz perspektive umjetnosti bavi duži niz godina. *Gene Ray* poučava kritičke studije u HGK-u, temeljeno na istraživanjima master-programa na ženevskom Sveučilištu za umjetnost i dizajn, iz čega crpi velik broj ideja

koje se mogu uočiti i u knjizi. *Ulf Wuggenig* sociolog je na Sveučilištu u Leuphani, Lüneburg. Svojom prisutnošću sudjeluje u oblikovanju knjige na jedinstven i prepoznatljiv način.

U novije je vrijeme objavljeno više knjiga (istoga izdavača) koje kritiziraju postojeće filozofske orijentacije, uvjerenja ili ono što se već godinama činilo “nedodirljivim”. Kao reakcija na to da je danas kritikama podložno sve, pa tako i znanost, pojavljuju se knjige koje su u zadnje vrijeme postale svjetski trend: 1. Herbert Marcuse (2009.) *Negations: Essays in Critical Theory*, 2. Dag Aasland (2009.) *Ethics and Economy: After Levinas*, 3. Gerald Raunig and Gene Ray (eds), (2009.) *Art and Contemporary Critical Practice: Reinventing Institutional Critique*, 4. Steffen Böhm and Siddhartha Dabhi (eds) (2009.), *Upsetting the Offset: The Political Economy of Carbon Markets*, 5. Peter Armstrong and Geoff Lightfoot (eds) (2010.), *‘The Leading Journal in the Field’: Destabilizing Authority in the Social Sciences of Management*, 6. Carl Cederström and Casper Hoedemaekers (eds) (2010.), *Lacan and Organization*, 7. Félix Guattari and Antonio Negri (2010.), *New Lines of Alliance, New Spaces of Liberty*.

Knjiga koja će se ovdje predstaviti bavit će se kritikom kreativnosti i fenomena koji ju oblikuju. Sastoji se od četiri dijela. Prvi dio govori o kreativnosti, drugi o uvjetima egzistencije koji utječu na materijalnu ili psiholo-

šku dobrobit, treći dio govori o kreativnosti koja je povezana s industrijom, dok četvrti dio spominje industriju kulture koja je u novije vrijeme sve prisutnija u svijetu, pa i kod nas. Vrijednost je ove knjige u tome što se na jednome mjestu može iščitati velik broj tekstova koji upućuju na kritiku kreativnosti, bogatu raznolikost kritičkih praksi, ali i niz interpretacija suvremenih društvenih procesa. Na konceptualnim temeljima kreativnosti projiciraju se nove društvene funkcije.

Prvi dio: Kreativnost sastoji se od četiri poglavlja u kojima je nekoliko autora odgovorno za svako pojedino poglavlje. Eseji prikupljeni u ovome poglavlju polemiziraju o složenoj problematici oživljavanja mitova kreativnosti stvarajući kritiku kreativnosti. Teorijske orijentacije autora koji doprinose ovoj knjizi nisu identične; uočljive su značajne razlike u pristupu pojedinim teorijskim orijentacijama, kao i njihovu položaju koji proizlazi iz samih tekstova. *Stefan Nowotny* u svom nas eseju vodi u genealogiju kritike kao "CRE-aktivnosti" te pojašnjava pitanje o učincima kritike. Zadatak kritike kreativnosti dodatno bi se mogao razumjeti određenim analogijama na osnovi Kantova projekta kritike praktičkog uma (Kant, 1788.). Navedena perspektiva govori o deteologizaciji kreativnosti, a Bahtin nas vodi natrag prema mističnim i individualističkim kvalitetama kreativnosti kao temeljima društvenosti. Brazilska psihoanalitičarka i teoretičarka umjetnosti *Suely Rolnik* preuzima pristup francuskog filozofa Gillesa Deleuzea o promjenjivom području kulture. Ona tvrdi da su počeci transformacije kreativnosti u pratnji geopolitike koju ona naziva "boležljivom". Rolnik navodi kako vježba misli/stvaranja ima moć intervenirati u stvarnosti i da sudjelo-

vanje u usmjeravanju svoje sudbine predstavlja bitan instrument za transformaciju subjektivnog i objektivnog pejzaža svakog pojedinca. *Maurizio Lazzarato* ispituje pojam "umjetničke kritike" i kulture zapošljavanja. Teza koja se proteže kroz novi duh kapitalizma zahvaća "umjetničku kritiku" (koja se temelji na slobodi, autonomnosti i autentičnosti) i "socijalnu kritiku" (koja zahtijeva solidarnost, sigurnost i jednakost). Lazzarato odlučno intervenira i raspravlja o radu Boltanskoga i Chiapella (1999.) za koje smatra da su u svome radu bili u krivu kada su govorili o novom duhu kapitalizma. Boltanski i Chiapello prikazali su umjetnika i umjetničku djelatnost kao model liberalne ekonomije, dok je Lazzarato model izgrađen (na idejama pojedinca) kao "ljudski kapital" te na taj način samoga sebe možemo shvatiti kao poduzetnika. *Ulf Wuggenig* istražuje takozvani anglofonski diskurs o inovacijama i kreativnosti predstavljajući kritiku reinterpretacije povijesti umjetnosti 19. stoljeća. *Wuggenig* spominje Whiteovu studiju koja ističe da radikalni pomak u 'stilu' zahtijeva mnogobrojne i dugotrajne napore. Navedeno podrazumijeva socijalnu i ekonomsku podršku, kao i promjene u društvenoj organizaciji umjetnosti odnosno njezinu institucionalnom okviru.

Drugi dio: Prekarizacija govori o uvjetima egzistencije bez predvidljivosti ili sigurnosti, koja utječe na materijalnu ili psihološku dobrobit. Naime prekarizacija je pojam koji se najčešće koristi u kontekstu nezaposlenosti, ali i kao rezultat neizvjesne egzistencije. Drugi dio knjige istražuje žargon kreativnosti koji se slavi kao fleksibilnost i slobodu. *Isabell Lorey* govori o takozvanim virtuoziima slobode, o narušavanju političke virtuoznosti i proizvodnosti rada. Naslanjajući

se na Virnove (2004.) teze Lorey raspravlja o „krizi politike“. Kreativni radnici koji su politička bića upijaju u sebe većinu tipičnih obilježja političkog djelovanja, dok s druge strane znamo da uvjeti života kreativaca ne rezultiraju uvijek povećanjem politizacije. Ovaj je rad postavljen između biopolitičke vladine i samoupravne prekarizacije kulturnih proizvođača, što je potaknulo brojne rasprave. *Brigitta Kuster* i *Vassilis Tsianos* problematiku kreativnosti promatraju iz područja ekonomije, pri čemu znatnu pažnju posvećuju formalnoj i neformalnoj komunikaciji u kojoj trebamo biti ravnopravni među jednakima, što je moguće postići povećanjem produktivnosti na radnome mjestu, kao i aktiviranjem sposobnosti zaposlenih. Autori problematiziraju Spinozine (1883.) postavke o predviđanju prekarizacije navodeći da su zadovoljstvo i bol jednako neodređene emocije. Nada je nestalan užitak, koji proizlazi iz ideje o nečemu iz prošlosti ili budućnosti, dok je strah nestalna bol koja proizlazi iz ideje o nečemu u prošlosti ili budućnost. *Paolo Virno* u svom radu upotrebljava izraz „ljudska životinja“ kako bi nas ljude od drugih životinja razlikovao po tome što imamo razum uz pomoć kojega možemo biti kreativni, dok druge „životinje“ to ne mogu. Osim razuma imamo i jezik koji nam pomaže u našoj kreativnosti. Virno navodi Chomskog (1991.) prema kojemu je naš jezik uvijek iznova inovativan i kreativan jer je neovisan o vanjskim utjecajima. Virno piše i o kulturnoj industriji te ambivalentnosti mnoštva, koji su znatno pridonijeli stvaranju dijela pozadine mnogih autora koji su pisali u ovoj knjizi.

Treći dio: Kreativna industrija sastoji se od četiri studije koje kreativnoj industriji pristupaju iz četiri razli-

čite domene i pristupa proučavanja. *Monika Mokre* piše kako je u posljednjem desetljeću izražen poseban interes za kreativnu industriju. Na međunarodnoj razini možemo promatrati komercijalizaciju kulture i umjetnosti od 80-ih godina prošloga stoljeća kada su festivali i popularne izložbe postali važan dio kulturne politike. Navedeni je razvoj dopunjen raspravom o ekonomskom utjecaju kreativnosti u 90-im godinama prošloga stoljeća. Kulturna se politika počela profanirati kroz različite kulturne manifestacije i događanja. Mokre navodi primjer austrijske i australske kulturne kreativne industrije. *Angela McRobbie* bavi se istraživanjem britanske kreativne industrije više od deset godina. Razvoj kreativnog gospodarstva u Velikoj Britaniji treba shvatiti u smislu malih poduzetničkih aktivnosti koje se pojavljuju u obliku triju uzastopnih „kratkih valova“. To su aktivnosti koje se poduzimaju na razini tvrtke ili organizacije, ali više samostalno i više kroz inicijative mladih ljudi i srednje klase koja se pokazujući svoju kreativnost može profanirati u viši društveni i radni položaj. *Marion von Osten* analizira konkretan i heterogen razvoj kulturnog rada u samoorganiziranom dizajnu i multimedijском sektoru u Zürichu. Njezin ju rad dovodi do iznenađujuće teze da se takozvana „kreativna industrija“ u tome obliku tek treba pojaviti. Osten raspravlja o kreativnosti kao o diskurzivnom izrazu u genealogiji u kojemu možemo vidjeti i proces sekularizacije te reflektiranja modernog oblika subjektivnosti koji igra središnju ulogu u kapitalističkom društvu. Neuspjeh na tržištu rada nije usporediv s neuspjehom u polju umjetnosti. *Raimund Minichbauer* nudi kritičku analizu kreativnosti diskursa, držeći se kulturnih politika Europske unije. U

radu se navodi većina europskih dokumenata koji pokušavaju jasno definirati kulturnu industriju i/ili koherentnu politiku, no većina ih ne daje jesne definicije ni određenja, nego odgovornost prebacuje na druge. Pregledom službenih programa i stavova još od primjene tzv. Lisabonske strategije, Minichbauer jasno govori o ubrzanoj ekonomizaciji kulturne politike.

Četvrti dio: Kulturna industrija usmjerava se na argumente poznatih njemačkih filozofa i sociologa Maxa Horkheimera i Theodora Adorna. Nekolicina autora ove knjige napominje da revalorizacija kreativne industrije donosi neutralizaciju ponovnog kodiranja Horkheimerovih i Adornovih kritičkih kategorija. Tomu u prilog, *Gene Ray* ponovno čita Adornove (1984.) tvrdnje kulturne industrije protiv alarmantne pozadine nacionalne sigurnosti, nadzora države i planetarnog „rata protiv terorizma“ te raspravlja o diskursu kreativnih industrija utemeljenih na neutralizaciji prisvajanja Adornove kritičke kategorije 'kulturne industrije'. *Ester Leslie* kroz svoj tekst govori o nizu obrata koji se događaju u trenutnom ponovnom kodiranju kulturne industrije počevši od kulture popularizma do retorike izbora unutar područja kulturalnih studija. *Gerald Raunig* u svome radu analizira četiri komponente Horkheimerova i Adornova koncepta kulturne industrije. Prva komponenta kulturne industrije leži u tome da se stalno ponavljaju ispunjenja nikad ispunjenih obećanja, pri čemu se potrošači pojavljuju kao marionete zarobljene u brazdama kulturne industrije. Druga komponenta prikazuje proizvođače jednako pokorenim i pasivnim funkcijama društva

kao i potrošače, što nije ni prividno točno. Treća komponenta odnosi se na to da su proizvođači zatvorenici kulturne institucije industrije, dok se četvrta komponenta odnosi na razvoj kulturne industrije u cjelini, što se vidi kao zakašnjela transformacija s područja kulture uhvaćena ukorak s procesima koji su doveli do fordizma u poljoprivredi. Raunig dekonstruira postavke suvremene kreativne industrije i nudi kritička promišljanja o Horkheimerovoj i Adornovoj manipulaciji rada.

Ukratko, ovdje prikupljeni eseji unaprijed kritiziraju problematiku suvremene kreativne industrije kao ideologije sa svim specifičnim materijalnim odnosima iskorištavanja. Od brojnih teorijskih perspektiva, autori izlažu i analiziraju oblike i modalitete prekarizacije i subjektivizacije, kao i potencijalne i stvarne prakse otpora operativca u trenutnom polju kulture.

Knjiga će dobro doći svima koji se žele još više upoznati s problematikom kreativnosti iz različitih perspektiva, pa tako i iz ove kritičke. Jedna je od rijetkih knjiga u kojoj se na jednome mjestu nalazi toliki broj kritika kreativnosti, što ju stavlja u posebnu kategoriju vrlo poželjnih knjiga koje je vrijedno pročitati. U knjizi se, osim raznih pedagoških pojmova, nalaze i brojne filozofske orijentacije na koje se naslanjaju autori te razni sociološki i psihološki termini, kao i termini iz područja ekonomije koji upućuju na interdisciplinarno proučavanje fenomena kreativnosti.

Snježana Dubovicki, asistentica
Učiteljski fakultet u Osijeku