

# Kūrybinė klasė: ekonominiai, sociologiniai, filosofiniai aspektai

TOMAS KAČERAUSKAS

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Filosofijos ir politologijos katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius

El. paštas: Tomas.Kacerauskas@vgtu.lt

---

Straipsnyje nagrinėjama kūrybinė klasė. Kritikuojama R. Floridos samprata, pasak kurios, tai – visuomenės grupė, gaminanti ekonomines vertes savo kūrybine veikla. Anot straipsnio autoriaus, ne visi kūrybininkai įsitraukia į ekonominę veiklą ir ne visi kūrybos produktai dalyvauja ekonominėje apyvartoje. Demokratija kaip daugumos valdžia pati savaime nesuponuoja nei kūrybos visuomenės, nei jos kūrybinės raidos, o medijuota visuomenė netgi stabdo kūrybos sklaidą nepaisant atsivėrusių neribotų komunikacinių perspektyvų. Apie kūrybinę klasę galima kalbėti tik tuo atveju, jeigu nuo jos atskiriame kažkokias kitas mažiau kūrybingas ar nekūrybingas klases. Straipsnyje keliami klausimai: ar kitos – mažiau kūrybingos (nekūrybingos) – klasės yra kūrybos visuomenės dalis; koks jų vaidmuo ne tik apibrėžiant kūrybinę klasę, bet ir formuojantis kūrybos visuomenei; kuo remdamiesi neigiamo šių klasių teisę į kūrybingumą, kuri neatsiejama nuo žmogaus veiklos apskritai; koks sąmoningo tapatinimosi su kūrybos klase vaidmuo apibrėžiant kūrybininką; ar kūrybinė klasė nėra priedanga plėtoti tam tikru išskirtinumu paremtą politiką; ar kūrybinėje aplinkoje gali tarpti ir nekūrybingi individai; ar mažiau kūrybingos (nekūrybingos) klasės apibrėžtinės tik neigiamai (kaip stokojančios kūrybingumo); ar kūrybos visuomenėje mažiau kūrybingų (nekūrybingų) klasių laukia neišvengiama ekspropriacija?

**Raktažodžiai:** kūrybinė klasė, ekonominis produktas, kūrybingumo politika, kūrybos visuomenė

---

## ĮVADAS

Kūrybinės klasės diskursas – tarpdalykinis. K. Marxas (2009), priešingai skirtingas klases, iškelė ir jų didesnį ar mažesnį kūrybinį vaidmenį visuomenėje. Antai darbininkų klasei esą lemta revoliucingu būdu perkurti visą socialinę aplinką. K. Marxas apmąstė industrinę visuomenę su visais jos prieštaravimais ir susidūrimais. Postindustrinė visuomenė, kuri dažnai vadinama kūrybos visuomene, – ne mažiau prieštaringa, o didesnės ar mažesnės kūrybinės aspiracijos turėjo visos įtakingos istorinės klasės ir luomai.

Pagrindinis kūrybinės klasės teoretikas yra R. Florida (2002), kuriuo čia daugiausia ir bus remiamasi, nors drauge jis bus ir kritikuojamas. Skirtingai nei tokie komunikacijos ir medijų teoretikai kaip J. D. Petersas (2004), J. Fiske (1998), M. McLuhanas (2003) ar V. Flusseris (2007), R. Florida plačiai taiko sociologinius – tiek kiekybinius (statistika, apklausa), tiek kokybinius (interviu, pokalbiai) – metodus. Viena, tai leidžia autoriui tiesiogiai apeliuoti į socialinę tikrovę bei jos regionus – klases. Kita, tai – tam tikras socialinės inžinerijos pavyzdys, kai pokalbių ir interviu respondentai tikslingai parenkami, o klausimai formuluojami pagal išankstinę tezę. Be to, istorinė ir probleminė prieiga autoriui leistų išvengti euforijos tiek dėl

naujos (kūrybinis) klasės atradimo, tiek dėl jos stebuklingo vaidmens visuomenės raidoje. Kita vertus, R. Floridos entuziazmas, kuris toli gražu nėra būdingas visiems sociologams, yra būtent tai, kas gali atkreipti ne tik kolegų mokslininkų (kurie vien kritikuoja), bet ir politikų (kurie daro svarbius visuomenei sprendimus) dėmesį.

Lietuvoje bene pirmasis, apmąstęs luomų vaidmenis visuomenėje, buvo Renesanso mąstytojas ir politinis veikėjas A. Volanas (1996). Nors jis neužsiminė apie kūrybinę klasę, nagrinėjo skirtingų luomų kūrybinius siekius. Pastaruoju metu Lietuvoje kūrybinę klasę netiesiogiai (analizuodami kūrybines industrijas bei kūrybines veiklas socialinėse aplinkose) nagrinėja J. Lavrinec (2013; 2014), V. Pruskus (2014), T. Mitkus (2012), S. Kanišauskas (2012), J. Barevičiūtė (2014), R. Reimeris (2012) ir kt<sup>1</sup>.

## KŪRYBINĖS KLASĖS PROBLEMIS LAUKAS IR APIBRĖŽIMO SUNKUMAI

Kas yra kūrybinė klasė? Pasak R. Floridos (2002), kūrybinė klasė tai – žmonės, gaminantys ekonomines vertes savo kūrybine veikla. Kitaip sakant, tai – žmonės, kurie kurdami prisideda prie ekonominės gerovės, prie visuomenės ir valstybės ekonominio augimo. Taigi jų kūryba dvejopa: viena, jų veikla – kūrybinė, kita, šia veikla jie sukuria tam tikrą bendrąjį produktą, todėl dalyvauja ekonominiame gyvenime. Taigi pagal šį apibrėžimą kūrybinės klasės atstovai sukuria dvejopą vertę – kūrybinę (siaurąja prasme – meninę) ir ekonominę (siaurąja prasme – piniginę).

Kyla klausimas, kaip traktuotini tie žmonės, kurie kuria, bet neprisideda prie ekonominės plėtros. Tarkim, rašytojas dėl tam tikrų priežasčių (dėl savikritinio požiūrio ar nepavykus įtikinti leidėjų) neišleidžia savo apsakymų ir romanų, o po savo mirties prisako juos sud ginti (F. Kafkos atvejis). Kitaip tariant, rašytojas rašo stalčiui ar židiniui. Priimtų ir atmetų rankraščių santykis bet kurioje leidykloje rodo, kad absoliuti dauguma rankraščių skirti būtent stalčiui<sup>2</sup>. Kitas pavyzdys – V. van Goghas, gyvas būdamas nepardavęs nė vieno savo paveikslu (išskyrus vieną savo broliui). Būtent tai, kad jis, būdamas našta savo artimiesiems, atkakliai kabinosi į savo kūrybinę veiklą, kaip tik ir išstūmė jį į ekonominio gyvenimo pakraštį, o drauge darė kūrybos marginalą. Pagal minėtą apibrėžimą šie žmonės, nedalyvaudami ekonominiame gyvenime, nepriskirtini ir kūrybinei klasei. Čia priartėjame prie vienos iš problemų R. Floridos nagrinėjamų klausimų kontekste – kaip apibrėžtina kūrybinė klasė?

Kitas problemiškas dalykas, slypintis šiame pavadinime, yra kūrybinė veikla. Kas yra kūrybinė veikla? Kai kalbama apie kūrybinę veiklą, visų pirma turimi omenyje tie žmonės, kurie pagal R. Floridos apibrėžimą kaip tik nepakliūtų į kūrybinę klasę. Tai – rašytojai ir dailininkai. Jeigu jie nesukuria jokio ekonominio produkto ir nedalyvauja ekonominiame valstybės gyvenime, kitaip sakant, jeigu jie neparduoda savo kūrybinio produkto, kurį galėtų pasikeisti į kitus produktus, turinčius ekonominę vertę, pavyzdžiui, dviratį ar duoną (ne tik V. van Goghas, bet ir M. K. Čiurlionis beveik nepardavė savo kūrinių), tai jie niekaip nepriskirtini prie kūrybinės klasės. Vis dėlto galima teigti, kad jie prisideda prie ekonominės veiklos netiesiogiai (pvz., kai kurie dailininkai galbūt yra ir meno kūrinių kolekcininkai) arba praėjus tam tikram laikui. Antai V. van Gogho kūriniai dabar yra tapę meno rinkos etalonu tiek menine, tiek ekonomine prasmėmis: į jo kūrinius lygiuojasi kiti dailininkai, o meno aukcionų vadybininkai sulaukė kva-

<sup>1</sup> T. Kačerauskas (2014a; 2014b).

<sup>2</sup> R. Cavesas (2002) pateikia stulbinančią statistiką: JAV iš 1 000 rankraščių garsioje leidykloje priimamas tik vienas. Taigi rašytojas, kuriam pasiseka išleisti savo knygą, t. y. dalyvauti ekonominiame gyvenime, – reta išimtis ir laimės kūdikis.

pą laukia, ar, tarkim, J. Pollocko<sup>3</sup> drobė pasieks V. van Gogho paveikslą kainą. V. van Gogho kūriniai tapo meno rinkos rodikliu, kuris, viena vertus, rodo, kiek meno rinka ir meno kolekcininkai yra pasiryžę mokėti už jo ir kitų dailininkų kūrinius; kita vertus, pinigine jo paveikslų išraiška rodo meno kūrinių vertę apskritai, šis įkainis reaguoja į ekonomikos pakilimus bei nuopusius (ekonomines krizes), taip pat į infliaciją ir išreiškia visuomenės (bent jau finansinės jos grietinėlės) požiūrį į meno kūrinius kaip į finansinio investavimo lauką. V. van Gogho ar kitu panašiu atveju galima teigti, kad menininko mirtis tapo bilietu į kūrybinę klasę.

Kūrybinės klasės pavadinimui būtų galima taikyti tam tikras išlygas, pavyzdžiui, ateities veiksnį kalbant apie menininkus, kurie tiesiogiai nedalyvauja ekonominiame gyvenime, bet jame galbūt dalyvaus po mirties. Vis dėlto R. Florida, kalbėdamas apie kūrybinę klasę, turi omeny ne mirusiųjų ir ne istorinę bendriją. Atrodo, turėtų kilti problema, kaip užverbuoti pakankamai žmonių į kūrybinę klasę, kad ji savo įtaka visuomenėje galėtų varžytis su kitomis klasėmis. Vis dėlto nepaisant šio gana siauro apibrėžimo, R. Floridai iškyla ne kūrybininkų stygiaus, bet, priešingai, jų pertekliaus problema, kūrybinei klasei priskyrus pernelyg daug poklasių ir išsityrus pačios kūrybinės klasės riboms.

Taigi kūrybinės klasės pavadinime slypi du svarbūs dalykai: ekonominis ir kūrybinis aspektai. Jei bent vieno sando trūksta, netenkinami kūrybinės klasės kriterijai. Grįžkime prie pirmosios mano iškeltos problemos: kas yra kūrybinė veikla? Kaip matysime, kūrybininkai nėra vien tik dailininkai, rašytojai, jais gali būti ir dėstytojai, reklamos kūrėjai, televizijos ar radijo programų kūrėjai ar vedėjai, dainų, pasirodymų ar cirko numerių atlikėjai. Kūrybininkai yra novatoriai, išradėjai, architektai, inžinieriai (techninė kūryba), netgi finansininkai, vadybininkai ar gydytojai, kuriems reikalingi kūrybiniai sprendimai. Visus juos R. Florida drąsiai priskiria prie kūrybinės klasės. Taip drąsiai, kad ribos, skiriančios kūrybinį darbą nuo nekūrybinio, ima nykti ir darosi neaišku, kas yra kūrybininkas, o kas – ne. Tačiau aišku, kad kūrybininkas apibrėžiamas atžvilgiu tų žmonių, kurių veikla yra nekūrybinga arba mažiau kūrybinga nei visų paminėtųjų. Jeigu pripažįstame kiekvienam individui, kaip antai santechnikui, elektrikui, statybininkui, mūrininkui, kepečui, žemdirbiui, teisę į kūrybingumą, bet kokia kalba apie kūrybinę klasę praranda prasmę.

Apie kūrybinę klasę galima kalbėti tik tuo atveju, jeigu nuo jos atskiriame kažkokią kitą mažiau kūrybingą ar nekūrybingą klasę. Taigi apie kūrybinę klasę R. Floridos nagrinėjamų problemų kontekste galima kalbėti kartu apibrėžiant kitas visuomenės klases, kaip antai aptarnavimo klasę, darbo klasę ir kaimo darbininkų klasę. Čia iškyla kiti klausimai, svarbūs mūsų nagrinėjamo dalyko kontekste: ar šios mažiau kūrybingos (nekūrybingos) klasės yra kūrybos visuomenės dalis; koks jų vaidmuo ne tik apibrėžiant kūrybinę klasę, bet ir formuojantis kūrybos visuomenei; kuo remdamiesi neigiamame šių klasių teisę į kūrybingumą, kuri neatsiejama nuo žmogaus veiklos apskritai; koks sąmoningo tapatinimosi su kūrybos klase vaidmuo apibrėžiant kūrybininką; ar kūrybinė klasė nėra priedanga plėtoti tam tikru išskirtinumu (kūryba – tam tikros rasės požymis) paremtą politiką; ar kūrybinėje aplinkoje gali tarpti ir nekūrybingi individai? Ar mažiau kūrybingos (nekūrybingos) klasės apibrėžtinios tik neigiamai (kaip stokojančios kūrybingumo); ar kūrybos visuomenėje mažiau kūrybingų (nekūrybingų) klasių laukia neišvengiama ekspropriacija?

Visiems gerai žinomas XIX a. klasių teoretikas K. Marxas (Marx 2009) išskyrė darbininkų, valstiečių, kapitalistų klases. Pirmoji jam buvo svarbiausia ne tiek savo skaičiumi, kiek kūrybiniu potencialu. Visas naujo gyvenimo, šviesaus rytojaus, komunistinės visuomenės

<sup>3</sup> J. Pollocko paveikslų kaina taip pat pasiekė neįtikėtinas aukštumas.

viltis K. Marxas siejo su darbininkų klase, kuriai priskyrė didžiausią kūrybinį (socialine prasme) vaidmenį. Pasak jo, būtent darbininkai turėjo sukurti naują komunistinę visuomenę, naujus socialinius santykius ir naują laimingą gyvenimą. Darbininkai esą turi patį didžiausią kūrybinį užtaisą, nes kas gali būti labiau kūrybiška už naujo gyvenimo kūrimą. Tiesa, kaip rodė vėlesni įvykiai, bandant įgyvendinti K. Marxo idėjas, jie turi ir didžiausią destruktinį (griovimo) užtaisą.

Dabar paklauskime: o kas, jei kūrybininkai sudaro ne daugumą, bet mažumą? Ar tai reiškia, kad antikūrybininkų dauguma demokratinėje visuomenėje turi sutrinti į miltus kūrybininkų mažumą su visomis jų kūrybinių veiklų užuomazgomis? Čia priartėjome tiek prie demokratinės, tiek prie medijuotos visuomenės problemų: demokratija (daugumos valdžia) pati savaime nesuponuoja nei kūrybos visuomenės, nei jos kūrybinės raidos, o medijuota visuomenė netgi stabdo kūrybos sklaidą nepaisant atsivėrusių neribotų komunikacinių perspektyvų.

Taip priartėjame prie R. Floridos sunkumų. Jis pratęsia K. Marxo diskursą teigdamas, kad kūrybininkai, nors ir būdami ne patys gausiausi (pagal gausumą jie užima antrą vietą po aptarnavimo klasės), yra patys reikšmingiausi, nes jie keičia visuomenę, kuria naujus jos santykius, sulaužo senas socialines sanklodus (kūrybinė destrukcija) ir savo kūrybine veikla, kuri neatsiejama nuo ekonominio gyvenimo, išjudina visą ekonomiką, skatindami jos plėtrą. Iš R. Floridos samprotavimų išplaukia mintis, jog paskui kūrybininkus tarsi vedlius eina visos kitos klasės į visuomenės „šviesų rytojų“. Šiuose samprotavimuose ne tik glūdi kūrybinės destrukcijos – kaip ir bet kokio kitokio griovimo – pavojai bei etinės ir ekologinės komplikacijos. Turint omeny, kad kūrybininkai – ne pati gausiausia klasė, šie samprotavimai remiasi tam tikra aristokratine (elitarine), bet ne demokratinė nuostata: visuomenę pirmyn turi vesti kūrybinis elitas, R. Floridos vadinamas superaktyviuoju branduoliu<sup>4</sup>. Nors dauguma (matėme, kad ne visi) kūrybininkų dalyvauja ekonominiame gyvenime, kurį išjudina dalyvaudami kūrybinėse industrijose (jų reikšmingumas visuomenėje matuojamas sukurtu ekonominiu produktu), tai išduoda marksistinę nuostatą ir ekonominį požiūrį, kad visos vertės (įskaitant etines vertybes) kūrybos visuomenėje yra mainomos. Šiai ekonominei nuostatai prieštarauja pats R. Florida pripažindamas, kad darbo užmokesčio dydis kūrybininkui tėra trečiaeilė ar ketvirtaeilė motyvacija. Be to, minėtuose samprotavimuose slypi kūrybininkų išskirtinumo siekis ir noras atsiriboti nuo kitų klasių. Tai įmanoma tik tuomet, kai kūrybinė klasė, siekdama savo tikslų, yra pakankamai sąmoninga, susitelkusi ir vieninga. Vis dėlto R. Florida pripažįsta, kad viso to kūrybinei klasei trūksta.

## KŪRYBINĖS KLASĖS BRUOŽAI

R. Florida (2002) įvardija šiuos kūrybinės klasės bruožus: individualumą, meritokratiją, skirtingumą ir atvirumą. Individualumas reiškia, kad kūrybinę klasę sudaro individai, kurių kūrybinė veikla yra individuali. Čia slypi ne tik ta mintis, kad kūrybai reikia vienatvės, nusišalinimo: kiekvienas kūrėjas tam tikra prasme yra mizantropas, kuris pasaulį mato savitai. Čia slypi ir mintis, kad bet kuris kūrinys – unikalus ir originalus. Tiesa, jis neturi būti pernelyg originalus, nes liks nesuprastas – originalumas visuomenėje pelnomas žingsnis po žingsnio. Vis dėlto kalbant apie kūrybines industrijas, t. y. tas kūrybines veiklas, kurios turi didžiausią ekonominį potencialą, susiduriame veikiau su masiniu kūrybos produktu (iš čia „industrijų“ pavadinimas) ir kolektyvine kūryba (pavyzdys – kinas, kuris nėra ir negali būti individuali

<sup>4</sup> Prisiminkime Platono (2000) aprašytą filosofinį ir aristokratinį elitą, kuris visuomenę veda link gėrio, grožio ir teisingumo idėjų.

kūryba nepaisant režisieriaus papildomų vaidmenų jam vaidinant ar rašant scenarijų). Kaip suderinti individualumą ir šį kolektyvizmą?

Filmas yra individų kūrybinių pastangų rezultatas, kuris geras tiek, kiek jis pats yra unikalus lyginant su kitais filmais. Tai įmanoma tik tuomet, kai jį kuria pakankamai individualūs kūrėjai. Šia prasme kūrėjo, tegu dirbančio komandoje, aukštas individualumo lygis įvertinamas jį įrašant į A sąrašą. Kino atveju turime tam tikrą individualizmo ir kolektyvizmo dialektiką. Maža to, R. Florida (2002) ir J. Howkinsas (2010) kalba apie tai, kad kūrybinės idėjos atsiranda tik tam tikroje kūrybinėje aplinkoje, kur jos tarsi sklando ore, t. y. kūrybos visuomenėje, kurioje jomis keičiamės ir komunikuojame. Net ir individuali kūryba, o tokia yra romano ar eilėraščio rašymas, neatsiejama nuo tam tikrų idėjų mainų, kūrybinės komunikacijos, kuri būdinga tik tam tikrai – kūrybos – visuomenei. Antai rašytojas, net šalindamasis bet kokios bendrijos dėl kūrybinės vienatvės, komunikuoja dvejopai: su skaitytojais, kurio skonį jis siekia išsprusinti, ir kitais rašytojais, kurių atradimus jis siekia pratęsti. Šia prasme net gūdžiausią vienatvės valandą jis komunikuoja su visu pasauliu.

Meritokratija išreiškia principą „kiekvienam – pagal nuopelnus“ ir įkūnija nuostatą, kad individas pagal savo sugebėjimus ir nuopelnus, pagal savo įdėtą darbą gauna atlygį iš visuomenės. Kitaip tariant, individo nuopelnai, sugebėjimai ir darbas teisingai atlyginami. Čia išskyla sunkumas, kaip teisingai įvertinti individo kūrybinius nuopelnus, gebėjimą kurti ir kūrybinę veiklą. Visų pirma kalbama apie ekonominį įvertinimą, kai vienas ar kitas kūrybos produktas turi paklausą rinkoje. Tačiau kultūrinės industrijos atveju matėme, kad orientacija į rinką gali sužlugdyti pačią kūrybą. Be to, itin kūrybingi produktai dažniausiai nepakankamai įvertinami rinkoje, kurią jie tarsi peržengia apeliuodami į naują meno sampratą ir naują meno visuomenę (vėl prisiminkime V. van Goghą). Tokiu atveju galima kalbėti apie moralinį (profesinės) bendrijos ar (meno) visuomenės pripažinimą, įtraukimą į A sąrašą (formalų ar neformalų), buvimas kuriame teikia ir ekonominės naudos. Formalaus pripažinimo atveju kūrybininkas pelno premiją<sup>5</sup> ar apdovanojimą, neformalaus – kolegų pagarbą, kuri išreiškiama neformaliai komunikuojant (gandai, užuominos ar nutylėjimai). Maža to, galima kelti mintį, kad tam tikras nepripažinimas ir neįvertinimas – neatsiejama kūrybinės veiklos dalis, būdinga autentiškai kūrybai. Tai neišvengiama kūrybos inkubaciniu laikotarpiu, kai gimstantis kūrinys apsaugomas nuo medijų dėmesio ir visų su tuo susijusių pavojų. Nepripažinimas ir neįvertinimas – kūrybinių kančių dalis, be to negimtų joks tikras kūrinys. Tikrumą čia kaip tik teikia kūrėjo pasija (kančia), kurią atitinka visuomenės pasyvumas nežinomo menininko atžvilgiu, kai kūrinys nevertinamas tiesiogine prasme – nei teigiamai, nei neigiamai. Vis dėlto net ir nepripažinimo ar neįvertinimo atveju galima kalbėti apie meritokratijos principą, jei tai prisideda prie kūrinio, pakeisiančio visuomenės vertinimo kriterijus, atsiradimo. Šia prasme galima kalbėti apie neigiamą meritokratiją; pripažinimo ar įvertinimo atveju turime pozityviąją.

Iškyla klausimas, ar meritokratijos – pozityvios ar neigiamos – principas būdingas tik kūrybos visuomenei? Tam tikri vertinimo ir pripažinimo kriterijai būdingi bet kokiai visuomenei, esant bet kokiai santvarkai. Vis dėlto šie kriterijai labai skiriasi skirtingose santvarkose, kurios sudaro visuomeninę aplinką jų kūrybai. Jei industrinėje (tradicinėje) visuomenėje tai yra turto dydis, lojalumas valdžiai ar kompanijai, tai kūrybos visuomenėje įvertinama (tegu po mirties) galimybė perkurti pačią visuomenę kūrybininko kūrinium. Čia neatsitiktinai nepapildoma kalbu apie galimybę: viena, kūrinio poveikis nežinomas (R. Caveso principas „nie-

<sup>5</sup> Ne visos premijos turi piniginę išraišką. Antai ypač prestižinė Goncourt'ų premija Prancūzijoje tėra vienas euras (buvo vienas frankas).

kas nežino“), kol jo nepatikrina laikas („visagalio laiko“ principas), kita, kūrybos visuomenė suponuoja atviras galimybes tiek bendrijoms, tiek individams. Igyvendinus šias galimybes, kūrybos erdvė tarsi susitraukia. Patys kriterijai kūrybos visuomenėje yra labiau dinamiški ir neapibrėžti, t. y. jie patys yra kuriami ir perkuriami.

Skirtingumas yra individualumo kita pusė. Kiekvienas individas yra kūrybingas būdamas skirtingas tiek kitų individų, tiek visuomenės atžvilgiu. Kūrėjas yra paslaptingas Kitas, kurį bando perprasti visuomenė. Jis visada balansuoja ties svetimojo riba, už kurios jis ne tik nesuprantamas, bet ir nepageidaujamas, traktuojamas kaip pavojingas visuomenės darnai ir stabilumui. Vis dėlto didžiausias pavojus, išskylantis kūrėjui už šios ribos, yra ne skandalas, bet užmarštis. Nesuprastas menininkas dažniausiai neatsiduria skandalo sukuryje, jis tuoj pat užmirštamas, net jei jam pavyksta pelnyti nedidelės bendruomenės dėmesį. Tačiau užmarštis gresia ir ypač populiariems menininkams, tokie yra popmuzikos atlikėjai. Tai rodo, kad jie nepakankamai išskirtiniai vyraujančio muzikos stiliaus atžvilgiu. Apskritai geriausi tam tikro meno (muzikos) stiliaus reprezentantai – to stiliaus laužytojai (kūrybinė destrukcija), t. y. išskirtiniai jo atžvilgiu atstovai. Antai E. Munchas – geriausias ekspresionizmo atstovas todėl, kad jis – ne tik ir ne tiek ekspresionistas. Grupė „Pink Floyd“ taip gerai reprezentuoja roką, nes tai – ne tik ir ne tiek rokas, kurio atžvilgiu ji išskirtinė.

Kūrėjai, plaukiantys pasroviui ir darantys tai, ką daro „tūlas“ (*das Man*, anot M. Heideggerio (2014)), pasmerkti užmarščiai. Ir atvirkščiai, apie kai kurias dainas ir jas sukūrusias bei atlikusias grupes mums primena mūsų vaikai ar anūkai, jei mes patys būdami jauni nepakankamai atkreipėme į jas dėmesio. Tokios vis atgimstančios, t. y. vis įrodančios savo išskirtinumą, grupės pavyzdys yra „The Beatles“, kurios dainas atlieka simfoniniai orkestrai. Šis atgimimas kiekvienos kartos akivaizdoje vyksta nepaisant visos armijos pamėgdžiotųjų, o gal kaip tik dėl pamėgdžiotųjų, kurių fone jie atrodo išskirtiniai. Kita vertus, tik jausdamasis išskirtiniu, kitokiu ir Kitu, individas sugeba kurti. Kitaip tariant, kūryba maitinama kūrėjo išskirtinumo pojūčiu.

Atvirumas – tiek kūrybingo individo, tiek kūrybos visuomenės, tiek tokio subsociumo kaip kūrybinė klasė savybė. Kalbant apie kūrybinės klasės atvirumą, šioji turi būti pasiruošusi priimti į savo gretas vis naujus, kūrybingus individus, nesvarbu, iš kur jie būtų kilę, kokie jų religiniai įsitikinimai ar lytinė orientacija. Atvirumo principas turi būti užtikrintas visais šiais atžvilgiais. R. Florida kalba apie toleranciją kaip apie atvirumo aspektą ir teigia, kad tolerancija maitina kūrybingumą. Jo provokatyvus gėjų indeksas suponuoja mintį, kad tolerantiška gėjams visuomenė yra patraukli ir kūrybininkams, kurie, kaip matėme, balansuoja ties svetimumo riba ir reikalingi tolerancijos. Be tolerantiškos aplinkos negalimas kūrybingumas ir atvirkščiai. Turi būti atvira tiek kūrybinė klasė, kuri gyva tik augdama ir plėsdamasi, tiek individas, kuris pasiruošęs priimti naujas idėjas bei naujus postūmius ir pasiduoti naujoms įtakoms. Jis turi būti atviras idėjų mainams. Kūrėjo (tarkim, rašytojo) nuostatos turi būti atviros, kad ir kokį uždarą gyvenimo būdą jis gyventų nuošalioje vietoje: jis privalo komunikuoti su kitais rašytojais ir savo skaitytojais, t. y. su visu pasauliu tam, kad jo kūryba būtų maitinama naujomis idėjomis ir naujais postūmiais.

Vis dėlto atvirumas turi tam tikras ribas – kalbant tiek apie klasę, tiek apie individą. Jei kūrybinė klasė bus pernelyg atvira, pasiruošusi priglausti kone visus individus, ji praras savo tapatumą. Neatsitiktinai kiekviena klasė – ypač prestižinė, o tokia yra kūrybinė klasė, – siekia atsiriboti nuo kitų klasių ir akylai saugo savo veiklos regiono ribas. Tai – jos gyvybės ar mirties klausimas. Taigi kūrybinė klasė kupina prieštaravimų: viena, norėdama išlikti ji privalo nubrėžti savo ribas kitų klasių atžvilgiu, kita, siekdama būti kūrybinga ji turi būti atvira nau-

jiems proveržiams ir naujiems atstovams. Panašiai individas, kurio kūryba priklauso nuo idėjų komunikacijos intensyvumo, privalo naujoms srovėms ir madoms iškelti aukštas užtvartas, kitaip tariant, turi likti pakankamai uždaras, jei nori išlikti savitas, t. y. skirtingas, – tiek kūrėjų bendrijoje, tiek kūrybos visuomenėje jis vertinamas (meritokratija) būtent už savo skirtingumą kitų kūrybininkų atžvilgiu. Taigi skirtingumas ir atvirumas – viena kitą maitinančios priešybės, kurių dialektika būdinga tiek kūrybinei klasei, tiek kūrybos visuomenei.

Kyla klausimas, kas vienija kūrybinę klasę. Pats R. Florida pripažįsta, kad daugelis kūrybininkų nėra sąmoningi ir nesuvokia, jog priklauso kūrybinei klasei. Pavyzdžiui, bankininkai, finansininkai, chirurgai, kuriuos R. Florida priskiria prie kūrybinės klasės, yra šiuo atžvilgiu silpnoji grandis. Jie nėra pakankamai sąmoningi, nes nesitapatina su kūrybine klase, nesuvokia, jog jai priklauso, ir nejaučia bendrumo jausmo. Vis dėlto jie mįslingai dalyvauja kurdami kūrybinį kapitalą, kuris savaime yra pakankamai prieštaringa kapitalo rūšis, ne vien prieštaraujanti socialiniam kapitalui. Bet kokių atveju čia – kalbant apie kūrybinės klasės vieningumą – suponuojamas ne tiek kūrybinis, kiek socialinis kapitalas, t. y. bendrumo, kurį palaiko tam tikros institucijos, o ne skirtingumo ir individualumo jausmas. Savęs priskyrimas kūrybinei klasei – kūrybininko tapatumo dalis, kaip savęs priskyrimas vienai ar kitai tautai ar religijai. Antai O. Mīlašius, garsiojo Cz. Mīłoszo giminaitis, laikytinas lietuviu būtent dėl šio apsisprendimo nepaisant gimtosios kalbos (lenkų) ir kalbos, kuria jis rašė (prancūzų). O Nobelio premijos laureatas Cz. Mīłoszas – sudėtingesnis (kaip ir daugumos kūrybininkų) atvejis: pripažindamas savo lietuvišką ištaką, jis apeliuoja į politinį darinį, kurio nebėra jau du šimtus metų, laikydamas save paskutiniu Lietuvos didžiosios kunigaikštijos piliečiu.

Daugeliui kūrybininkų būdinga tapatintis su nebesamais regionais: dauguma jų save laiko ateiviais iš kitur, bet tik ne atstovais bene gausiausios (po aptarnavimo) klasės, kurios bendrumo jausmas formalizuojamas ir institucionalizuojamas, net jeigu ta klasė turi skambų „kūrybinės klasės“ pavadinimą. Čia susiduriame su paradoksu: kūrybinę klasę galima tik tuo atveju, jei su ja tapatinasi kūrybininkai, kurie dėl savo skirtingumo ir individualumo vengia šios priklausomybės. Apskritai kalbant apie kūrybininkų klasę tiktų L. Wittgensteino (Wittgenšteinas 1995) šeiminių panašumų doktrina: nėra esminio dalyko, persmelkiančio visus pernelyg skirtingus kūrybininkus, tačiau galima kalbėti apie tam tikrus panašumus tarp skirtingų individų, kuriuos tai suburia į margą konglomeratą, vadinamą klase arba šeima.

Sąmoningumas tiek K. Marxui, tiek R. Floridai yra vienas svarbiausių požymių, kuris leidžia tapatintis su reikšmingiausia (tegu negausiausia) visuomenės klase – darbo (K. Marxui) ar kūrybos (R. Floridai). Abu mąstytojai apeliuoja į savo teorinių darinių atstovų sąmoningumą, priskirdami savo išrinktiesiems istorinį vaidmenį. Istorinės klasės nariai suteikia visuotinį pobūdį tam tikriems alternatyviems visuomenės organizavimo būdams ar alternatyvioms vertybėms, pavyzdžiui, visuomeninėms gamybos priemonėms (kurios pašalintų darbo klasės išnaudojimą) arba meritokratijai (kuri leistų teisingai atlyginti kūrybininkams). Vis dėlto visuomeninių gamybos priemonių pagrindas – valstybinė (karaliaus) nuosavybė, o meritokratija remiasi teisingumo principu. Taigi tai – ne kas kita, kaip tam tikrų socialinės tvarkos detalių sukeitimas. Po revoliucijų<sup>6</sup> dauguma visuomenių tampa tradicinėmis ar net reakcingomis, nekalbant apie tai, kad revoliucija – tiesus kelias į totalitarizmą, kuris nepakenčia kūrybinių naujovių<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Klausimas: ar gali būti kūrybos revoliucija, kaip kad buvo proletariato.

<sup>7</sup> Tiek porevoliucinėje Rusijoje (Sovietų Sąjungoje), tiek Vokietijoje po nacių perversmo mene apskritai ir architektūroje konkrečiai įsigalėjo neoklasicizmas.

## IŠVADOS

Lyginant kūrybinę klasę su kitomis R. Floridos minimomis klasėmis, tokiomis kaip darbininkų, aptarnavimo, kaimo žmonių klasė, matyti, kad pastarosios neturi tokių ambicingų tikslų kaip kūrybinė klasė, kuri siekia suvienyti visuomenę pasitelkusi kūrybinę komunikaciją. Viena vertus, kūrybinė klasė yra skirtinga, atskira palyginti su kitomis klasėmis, kita vertus, ji yra tarsi visuomenės tarpininkas, sujungiantis skirtingas klases ir užtikrinantis sklandžius ryšius tarp skirtingų klasių. Kūrybinei klasei būdingas tiek kultūrinis integralumas, tiek kultūrinis skirtingumas. Viena, tai – išprusę žmonės su universitetiniu išsilavinimu ir plačiais interesais bei įvairiais pomėgiais. Kita, tai – siaurų sričių specialistai, vargiai randantys bendrą kalbą. Nors specializacijos idėja iškelta antikoje<sup>8</sup>, tai – iš esmės industrinės visuomenės palikimas, kurį lemia gamyklos konvejerio principas, neatsiejamas nuo žinių dozavimo gamykloje: išmąnydamas tik siaurą sritį darbuotojas ne tik našiau dirbs, vadinasi, ir sukurs darbdaviui didesnę pridėtinę vertę, bet ir bus likvidesnis, t. y. lengviau pakeičiamas į kitą nesunkiai apmokomą darbininką, be to, jis mažiau komunikuos su likimo draugu burdamasis į revoliucingą darbo klasę. Taigi specializacija – tam tikra industrinės visuomenės savignos nuo išsisprogdinimo strategija. Postindustrinėje visuomenėje, kurioje iš esmės pasikeitę darbo santykiai, ši paveldėta strategija atsigręžia prieš kūrybinę klasę ir kūrybos visuomenę apskritai. Kūrybos visuomenę stimuliuoja ne subkultūrų atsiribojimas, bet kultūrų persipynimas, kuris gimdo naujas kultūrinės formas, o tai maitina kūrybinę veiklą bei inovatyvių idėjų radimąsi.

Gauta 2014 06 18

Priimta 2014 07 04

## Literatūra

1. Barevičiūtė, J. 2014. „Pagrindiniai kūrybiškumo ir kūrybingumo aspektai šiuolaikiniuose humanitariniuose bei socialiniuose moksluose“, *Filosofija. Sociologija* 25(1): 19–28.
2. Caves, R. 2002. *Creative Industries: Contracts Between Arts and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
3. Fiske, J. 1998. *Įvadas į komunikacijos studijas*. Vilnius: Baltos lankos.
4. Flusser, V. 2007. „Vorlesungen zur Kommunikologie“, in *Kommunikologie*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 233–351.
5. Horkheimer, M.; Adorno, T. W. 2006. „Kultūros industrija“, iš *Apšviestos dialektika*. Vilnius: Margi raštai, 159–217.
6. Howkins, J. 2010. *Kūrybos ekonomika*. Vilnius: Technika.
7. Florida, R. 2002. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
8. Kačerauskas, T. 2014a. „Kūrybos ekonomikos sektoriai: kūrybinių industrijų sąrašų lyginamoji analizė“, *Filosofija. Sociologija* 25(1): 35–43.
9. Kačerauskas, T. 2014b. „Kūrybos visuomenės terminai ir sampratos“, *Logos* 78: 6–18.
10. Kanišauskas, S. 2012. „Kūrybos komunikacija: introspektyvi analizė ir vertybės“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 20(2): 101–109.
11. Lavrinec, J. 2014. „Community Art Initiatives as a Form of Participatory Research: the Case of Street Mosaic Workshop“, *Creativity Studies* 7(1): 55–68.
12. Lavrinec, J. 2013. „Urban Scenography: Emotional and Bodily Experience“, *Limes: Borderland Studies* 6(1): 21–31.
13. Manovich, L. 2009. *Naujųjų medijų kalba*. Vilnius: Mene.
14. Marx, K. 2009. *Kapitalas: politinės ekonomikos kritika*. Vilnius: Vaga.
15. McLuhan, M. 2003. *Kaip suprasti medijas: žmogaus tęsiniai*. Vilnius: Baltos lankos.
16. Mitkus, T. 2012. „Komiksai Lietuvoje: nepanaudotas kultūrinis ir edukacinis įrankis“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 21(1): 21–34.
17. Peters, J. D. 2004. *Kalbėjimas vėjams: komunikacijos idėjos istorija*. Vilnius: LRS leidykla.

<sup>8</sup> Specializacija – vienas teisingos visuomenės principų Platono idealioje valstybėje.



18. Platonas. 2000. *Valstybė*. Vertė J. Dumčius. Vilnius: Mintis.
19. Pruskus, V. 2014. "Consumption as a Value in the Context of Social Sustainability", *Creativity Studies* 7(1): 1–10.
20. Reimeris, R. 2012. „Kūrybinių centrų identitetas: strateginio valdymo ir komunikaciniai aspektai“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 20(1): 61–69.
21. Volanas, A. 1996. „Apie politinę arba pilietinę laisvę, – knygelė, kurią tikrai verta paskaityti“, iš A. Volanas. *Rinktiniai raštai*, sud. M. Ročka, I. Lukšaitė. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla, 50–114 (115–181).
22. Vitgenšteinas, L. 1995. „Filosofiniai tyrinėjimai“, iš *Rinktiniai raštai*. Vertė R. Pavilionis. Vilnius: Mintis, 113–394.

TOMAS KAČERAUSKAS

## Creative class: economical, sociological and philosophical issues

### *Summary*

The article deals with the creative class. The author criticizes R. Florida's conception, according to which it is a social group that produces economical values through creative activity. According to the author, not all creative workers have been involved into economic activity and not all creative products take part in economical circulation. Democracy as the power of majority presupposes neither creative society nor its creative development while mediated society does even stop the spread of creativity despite opened unlimited communicative perspectives. We can speak about the creative class only after we separate from it other classes that are less creative or not creative. The article deals with the questions as follows. Are other less creative (non-creative) classes the part of creative society? What is their role not only by defining the creative class but also in the process of creative class' formation? How can we deny the right of these classes to creativity inseparable from human activity in general? What is the role of conscious identifying with the creative class by defining a creative worker? Is the creative class not a veil to develop the policy of certain exceptionality? Can non-creative individuals flourish in creative environment? Are less creative (non-creative) classes to be defined only in a negative way (as lacking of creativity)? Does creative society presuppose necessary expropriation of less creative (non-creative) classes?

**Key words:** creative class, economical product, policy of creativity, creative society