

Kronik: Her bor de kreative

Politiken 4. marts 2005, 2. sektion, side 9

Af Dorte Skot-Hansen

En amerikansk bestseller om den kreative klasse og deres byer har givet politikere og andre fikse ideer. For fikse? Kronikøren er centerleder ved Center for Kulturpolitiske Studier, Danmarks Biblioteksskole.

I 2002 udkom den amerikanske økonomiprofessor Richard Floridas bog 'The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life'. Siden har begrebet 'creative cities' bredt sig som en steppebrand inden for byplanlægning, og styrkelsen af de tre T'er - Tolerance, Talent og Teknologi - er blevet et nyt mantra for udvikling af såvel regioner som (stor)byer.

At bogen samtidig er velskrevet og letlæselig, gør, at den er blevet bredt læst af forretningsfolk, trendplanners, lokalpolitikere og samfundsforskere. Bogen er blevet et hit, også i Danmark, hvor den nu er blevet Det Radikale Venstres nye bibel. Og valget har vist, at partiet i høj grad har forstået at få den kreative klasse i form af unge urbane intellektuelle i tale - det er blevet in at være radi'cool'.

Når jeg sætter fokus på Richard Florida, er det ikke for at sælge hans idé om den kreative by og dens lyksaligheder - selv om jeg på mange måder er charmeret af hans vision om easy living forenet med økonomisk vinding. Hvem vil ikke gerne græsse rundt i spændende multikulturelle bydele med et forførende miks af kulturelle indslag og shopping - at være en evig turist i et San Francisco uden hjemløse, narkomaner, ludere eller lømmetyve? Og med sit bud om tolerance forstået som en helt central forudsætning for byudvikling slår bogen på nogle strenge, som må opleves som sympatiske, ikke mindst for en dansker, der udsættes for en mere og mere skinger debat omkring indvandring og følgerne deraf. Alligevel er der grund til en mere kritisk læsning.

Problemet med Floridas brug af diversitet og tolerance som et udviklingsparameter er især, at den er helt udefineret. Rent operationelt måles den i andelen af bøsser, bohemians og 'The Melting Pot-index', men hvad tolerance dybest set betyder, og hvordan den kommer til udtryk i hverdagslivets handlinger, diskuteres ikke. Tolerance bliver således nærmest et uforpligtende bagtæppe, som den kreative klasse kan udfolde sig på baggrund af, en slags farverig, multi-kulti iscenesættelse, hvor synligheden af bøsser, kunstnere og farvede giver lokalkolorit og benyttes til bekræftelse af den kreative klasses opfattelse af sig selv som tolerante. Når San Franciscos borgmester med familie står i spidsen for The Gay Parade, er det forhåbentlig udtryk for en reel tolerance, men det er samtidig del af en imagestrategi for byen, der har lært at markedsføre sin forskellighed.

Selv om Florida er kun én af mange, der taler om kreative byer, er han specielt forførende. Dels er hans teori næsten æstetisk perfektioneret med de tre T'er som en balanceret trekant. En letforståelig og formelagtig beskrivelse af, hvad der skal til for at opnå økonomisk succes. Dels har han underbygget sin teori med mængder af data, ikke mindst de mange indekser, der rangordner byer og regioner i forhold til hightech-industrier, mangfoldighed og talent. Disse samles til 'The Creativity Index', sådan at man i ét overordnet indeks kan sammenligne alle regioner og byer i USA.

Begejstringen for denne 'bløde' model for udvikling af infrastruktur frem for en rent

økonomisk baseret strategi kan ses som en videreførelse af den kulturalisering af byplanlægningen, der er slået igennem i de sidste 10-20 år. Hvor byerne - med få undtagelser som Herning og Holstebro - i 1950'erne og 1960'erne fokuserede på at skabe økonomisk udvikling ved at skabe gunstige forhold for handel og industri gennem planlægningen af gågader og industriparken, kom byplanlægningen i 1980'erne og 1990'erne til at handle om (gen)etablering af bykerner og udbygning af højprofilerede havnefronter med nye blandinger af konsum og oplevelse.

Brugen af kultur som økonomisk løftestang er således ikke ny, men den har fået en ny drejning, fordi Florida har fat i en mere nuanceret tilgang til sammenhængen mellem kultur, livsstil og økonomi. Vi er her langt fra de mere banale flagskibsstrategier, der rider kulturpolitikken som en mare i en tid, hvor koblingen af kultur- og erhvervsliv synes vigtigere end udviklingen af kunst- og kulturliv, og hvor byer gennem investering i prægnante kulturbygninger eller hypede enkeltstående events håber at rette op på en vakkende økonomi. Florida går et skridt videre, når han lægger vægt på udviklingen af kreativ kapital, det vil sige tilstedeværelsen af en høj andel af repræsentanter for den kreative klasse. Men hvem er de - og hvordan skal man tiltrække dem? Den kreative klasse defineres som den gruppe af mennesker, som skaber økonomisk værdi gennem deres kreative arbejde. Florida skelner mellem 'The Super-Creative Core' og 'The Creative Professionals', som befinder sig i mere praktiske sammenhænge, hvor det kræves, at man kan tænke selv - i modsætning til arbejder- og serviceklassen. Her taler vi altså ikke kun om kunstnere, designere, arkitekter og andre, som skaber et synligt og varigt udtryk, men en betydeligt bredere gruppe, der ifølge Florida i alt udgør cirka 30 procent af arbejdsstyrken i USA i dag. Det samme gælder også for Europa ifølge Richard Florida og Irene Tinagles bog 'Europe in The Creative Age' fra 2004.

Vi har her at gøre med mennesker, der i høj grad er konsumenter af kulturelle tilbud. Men de adskiller sig i smag fra tidligere tiders mere elitære borgerskab med hensyn til de kulturtilbud, de efterspørger. De søger ifølge Florida ikke mod etablerede kulturinstitutioner i form af højtprofilerede kunstmuseer eller prægnante operaer, men vil hellere græsse rundt i et bykvarter præget af cafeer, gallerier, boghandler, butikker, biografer og teatre, gerne i nye hybride former, der mikser mange forskellige kulturelle udtryk. Andre plusord er mangfoldighed, autenticitet og identitet. Kultur er ikke et tilbud, men en livsstil.

Den kreative klasse ønsker desuden ifølge Florida at leve i en 'kvasi-anonymitet' præget af svage bånd til lokalsamfundet. Som sociologen Henrik Dahl, der om nogen må siges at høre til i den superkreative kernes inderkreds, skrev i denne avis forleden: »Jeg kan næsten ikke tænke mig noget mere klat end et politisk projekt, der vil pådutte mig et fællesskab med alle mulige fremmede mennesker ... Hvorfor skal jeg være sammen med de tilfældige mennesker, der bor i min opgang? Hvorfor skal jeg være sammen med de tilfældige mennesker, hvis børn tilfældigvis går i mine børns klasse? Jeg aner det ikke - og jeg ønsker det ikke«.

Men er den kreative klasse så entydig, som Florida fremstiller den? Når han så malende og nærmest begejstret beskriver denne klasses livsstil, giver han billedet af en nærmest yuppieficeret caffè lattegruppes behov for oplevelser og konsum styret af impulser og lyst. Der stilles ikke spørgsmål til de mere markante forskelle i livsstile og dermed de mere forskelligartede behov for udfoldelse, der trods alt må eksistere inden for en gruppe, der rummer omkring en tredjedel af befolkningen. Skal man afdække den kreative klasses reelle kulturbehov og -ønsker, kræves der betydeligt mere nuancerede og dybtgående kultursociologiske undersøgelser.

Floridasdefinition af 'kreativ' og dermed afgrænsningen af den kreative klasse er i det hele

taget noget uklar. Hvad er det at være kreativ? Han bruger begrebet noget bredere end den gængse, mere kunstnerisk orienterede proces, når han inkluderer teknologisk kreativitet (opfindelser), økonomisk kreativitet (entreprenørskab) og kunstnerisk og kulturel kreativitet i sin definition. Med denne brede definition slår han folk med vidt forskellige kreative kompetencer på meget forskellige niveauer sammen i én kasse. Spørgsmålet er, om denne brede definition af den kreative klasse slører mere, end den forklarer. For som han siger: »Every person is creative in some way«. Når vi alle har potentiale til at blive medlemmer af den kreative klasse, bliver grænserne uklare, og forklaringsværdien falder.

Samtidig afmonterer denne brede definition af kreativitet kunstneren som bærer af en speciel evne eller talent: Kunstneren bliver en blandt mange andre kreative og er ikke længere en outsider med en magisk evne, kulturpolitikken bør støtte. Men skal fremtidens byer for alvor være kreative, er det ikke nok at dyrke kreativitet i bred forstand. Byens kulturelle nerve er stadig dens kunstnere. Ikke nødvendigvis kunstnere, der befinder sig i elfenbenstårne eller sultende på storbyens lofter, men kunstnere, der forholder sig til den postmoderne storbyes logik for kulturel kreativitet; en proces, der i højere og højere grad afhænger af links og feedback mellem forskellige sektorer i en fleksibel proces.

Den sker ikke kun i lukkede kunstneriske miljøer, men udfolder sig i mange forskellige punkter i metropolens kulturelle matrix.

En stor del af de nyskabende og eksperimenterende kunst- og kulturformer udfolder sig i dag på gadeniveau i form af street-art eller i mere hybride former. Den mindste sidegade i storbyen har design-, mode- og multimediefirmaer liggende sammen med en café og en takeaway som udtryk for en helt ny kultur af kreative industrier, som blomstrer (og undertiden afblomstrer) på kanten af hovedstrøgenes mere multinationale signaler. Det er en i egentlig forstand kreativ gruppe af kunstnerisk tændte unge, der fylder hullerne i butiksrækken ud, indtil huslejerne stiger, fordi deres tilstedeværelse har ændret kvarterets image fra trashet til tjekket. Kulturpolitikken handler her om støtte til vækstlag og kulturelle entreprenører, ikke fordi de skal tiltrække tilflyttere fra den kreative klasse, men fordi de udgør en uundværlig del af den kulturelle fødekæde.

Forståelsefor nødvendigheden af platforme for sådanne kreative industrier har indtil nu stort set været fraværende i den københavnske kultur- og byplanlægning. Som den tyske professor i arkitektur Christoph Stroschein for nylig udtalte: »I tror, I har en kreativ by, fordi nogen åbner en restaurant, hvor man kan spise efter klokken 2 om natten eller efter operaen. Jeg ved ikke, hvad I mener.

Kreativitet er baseret på individuelle mennesker og deres netværk ... men København har ikke en scene, hvor de kan kommunikere og netværke«. Skal unge vækstlag mellem kunst, multimedier og kreativ industri for alvor støttes, kræver det en mere målrettet indsats, sådan som det f.eks. kan opleves i Helsingfors' vellykkede Kabelfabrik.

Hvis man nu - for argumentets skyld - vælger at tro på Floridas grundlæggende teori baseret på de tre T'er, må man spørge, om så alle (stor)byer kan blive kreative byer? Hvad er hønen, og hvad er ægget?

Hvis det er sandt, at tolerance kommer først, er det et hovedspørgsmål, om man kan planlægge 'den tolerante by'. Handler det om at tiltrække (endnu flere) bøsser, kunstnere og farvede? Eller handler det mere overordnet om at styrke åbenhed, muligheder og mangfoldighed? Hvad er kulturpolitikens rolle heri - og bliver kunst og kultur automatisk

et instrument for økonomisk udvikling, hvis den søger at styrke disse værdier?

Udfordringen ligger - både for storbyerne og 'provins'byerne - i at mobilisere sine egne ressourcer frem for bevidstløst at kopiere modeller og koncepter udviklet i andre sammenhænge. Der findes ingen masterplan for udviklingen af den kreative by, og byplanlæggere og kulturplanlæggere må i fællesskab søge at afdække de helt unikke kompetencer og behov, der findes lokalt. Det handler om at udvikle nye modeller for kulturplanlægning, som åbner for mangfoldighed, og som knytter alliancer med andre sektorområder, uden at resultatet bliver den instrumentaliserings af kulturen, der især har været en tendens på det lokale plan fra midten af 1980'erne.

Tolerance og mangfoldighed er mere nuancerede begreber, og det kræver betydelig mere indsigt hos både byplanlæggere og kulturplanlæggere at planlægge for den tolerante by, end Florida og hans proselytter kræver. Det er symptomatisk, at magtforhold forstået som forholdene mellem de forskellige klasser eller lag i byen stort set er fraværende hos Florida. Det, som er godt for den kreative klasse, synes at være godt for alle, og der stilles kun få spørgsmål til tendenserne til, at understøttelsen af netop deres livsstil i mange tilfælde underminerer andre klassers behov, f.eks. for rimelige huslejer eller kulturelle udfoldelsesmuligheder. Floridas bud på mangfoldighed er for overfladisk, og den risikerer at resultere i opbygningen af 'Voodoo Cities', hvor den postmoderne facade fungerer som en karnevalsmaske, der dækker forfaldet bagved.

Derfor handler det om at planlægge for et byliv, som på én gang bekræfter forskellighed og skaber sociale relationer, som bygger på forskellighed uden udelukkelse. Der skal både være plads til de mange livstile, men også til muligheden for at udfolde dem i fælles rammer. Der skal både være plads til dem, der søger nærhed og forankring, og dem, der søger nærvær og forandring.

Kulturel mangfoldighed handler ikke om, at alle kulturtilbud skal være for alle, men netop, at der skal eksistere en mangfoldighed af kulturelle institutioner og aktiviteter, som kan dække de mange behov, herunder også behovet for fordybelse og for udfordring. Det betyder, at der bevidst skal planlægges for kultur, i den forstand at det ikke kun bliver den kreative classes behov for fun og flow, der tilgodeses.

De mere traditionstunge kunst- og kulturinstitutioner skal sikres med respekt for professionalitet og råderum. Men omvendt kan en snæver kulturpolitisk planlægning, der udelukkende ser kunsten og kulturens behov 'indefra', og som ignorerer de mange livstile og den kulturelle mangfoldighed, vise sig at blive kulturens langsomme kvælning i en iltfattig indsø. Også her må (gen)skabes forbindelse til den virkelighed, der skaber den kunstneriske udvikling og de kulturelle behov.

Der er kort sagt brug for en kultur- og byplanlægning, der på en gang medtænker livsstilenes forskellighed og kunstens behov for frirum og dialog. Og som helt overordnet ser kunst og kultur som en ressource for menneskelig udvikling, ikke som et strategisk redskab for udvikling af storbyer i kortsigtet konkurrence. Men det er en helt anden historie, som Richard Florida ikke fortæller i sin historie om de tre T'er og deres betydning for udviklingen af den kreative by.

DORTE SKOT-HANSEN

Forlaget Klim udgiver til april Richard Floridas 'Den kreative klasse - og hvordan den forandrer arbejde, fritid, samfund og hverdagsliv' i dansk oversættelse.

