

## KONCEPT KREATIVNOSTI, NEENAKOST SPOLOV IN POLOŽAJ INOVATOROK V SLOVENIJI\*\*

**Povzetek.** V članku se ukvarjam z analizo pojma kreativnost v navezavi na spolno perspektivo, pri tem pa upoštevam relacijo med ustvarjalnostjo in inovacijo ter usmerjam pozornost k ženskam, ki v Sloveniji delujejo kot samostojne inovatorke. Predstavim teorijo antropologa Liepa, ki vzpostavlja vzporednico med kreativnostjo in izumiteljstvom, ter osvetlim koncept "improvizacijske kreativnosti", o katerem govorita Hallam in Ingold. V drugem delu predstavim analizo intervjujev, ki sem jih opravila z inovatorkami, in utemeljim, zakaj definicija kreativnosti, ki se veže na relacijo inovacija/tehnologija, ni primerna za koncipiranje ženskega položaja. Spregovorim o pojmu "improvizacije" kot o epistemološkem modelu, skozi katerega je mogoče na pozitiven, odprt in ustvarjalen način na novo interpretirati spolne vloge in odnos med spoloma. **Ključni pojmi:** kreativnost, inovacija, inovatorke v slovenskem prostoru, improvizacija, spolna perspektiva, tehnologija

### Uvod

Namen pričujoče razprave je analiza pojma "kreativnost" v relaciji do "inovatorstva", področja znotraj katerega delujejo samostojni inovatorji/inovatorke – pri tem pa osrednjo pozornost posvečam spolni dinamiki oz. položaju ženske. Koncept kreativnosti bom predstavila skozi teoretično-zgodovinsko perspektivo, medtem, ko se bom s področjem "inovacijskih praks", ukvarjala skozi analizo neposredne izkušnje žensk, ki delujejo kot samostojne inovatorke v Sloveniji. Podatke za analizo sem pridobila na podlagi anketiranja vzorca inovatorok znotraj širše raziskave, povezane z ustvarjalnostjo in delom samostojnih inovatorjev/inovatorok znotraj slovenskega prostora.<sup>1</sup> V Sloveniji položaj inovatorok še ni bil problematiziran znotraj znanstvene razprave.

\* Doc. dr. Alja Adam; raziskovalka, pesnica in predavateljica.

\*\* Izvirni znanstveni članek.

<sup>1</sup> Raziskovalni projekt INO je potekal kot plod sodelovanja med IRSO (Inštitutom za razvojne in strateške analize) in ASI (Združenjem slovenskih inovatorjev) v letu 2011.

V prvem poglavju se lotevam predstavitve dveh znanstvenih pristopov, ki sta v zgodovini zaznamovala tolmačenje samega pojma kreativnosti. Prva opredelitev enači ustvarjalnost z improvizacijo, medtem ko druga opredelitev vzpostavlja vzporednico med kreativnostjo in inovacijo oz. izumiteljstvom. Sodobni antropolog John Liep, ki izhaja iz druge tradicije, trdi, da je "prava" kreativnost usmerjena k produktu, ki naj bi prekašal konvencionalne rešitve, medtem ko improvizacijo vzporeja z vsakdanjim delovanjem (Liep, 2011). V članku bom poudarila, da omenjeni avtor omeji sam pojem na področje "tehnološke dejavnosti", znotraj le-te pa se je tako v preteklosti kot tudi še danes uveljavil predvsem moški – na kar kažejo tudi sodobne raziskave. V drugem poglavju bom ilustrirala položaj ženske, "ustvarjalke" v zgodovini, za katero je za "najvišjo formo kreativnosti" veljalo "materinstvo".

Predstavitve ženskega položaja v zgodovini mi bo služila pri analizi intervjujev v tretjem poglavju, kjer bom med drugim ugotavljala, zakaj inovatorke tolmačijo "inovatorstvo" kot netipičen poklic za ženske (na kar kaže tudi dejstvo, da je bilo v Sloveniji v letu 2008 le 12 % inovatorok posameznic – to so inovatorke, ki so istočasno lastnice in avtorice patenta)<sup>2</sup>. Poleg tega me bo zanimalo, na kakšen način inovatorke<sup>3</sup> vstopajo v "javni prostor" oz., kako oblikujejo socialne mreže, skozi katere pridobivajo informacije o možnostih pridobivanja financ ter na kakšen način navezujejo stike z drugimi ustvarjalci, ustvarjalkami – predvsem pa, v čem se njihovo delovanje razlikuje od delovanja njihovih moških kolegov.

V zaključnem poglavju bom poudarila, da načrt vpeljave spolne perspektive – znotraj inovacijskega polja in tudi znotraj drugih (kreativnih) področji – omogoča ženski, da na novo oblikuje svoj položaj v odnosu do ustvarjalnega dela. Opredelila bom koncept "improvizacijske kreativnosti", ki je pomemben za umestitev "ženske izkušnje"<sup>4</sup>, saj namesto usmerjenosti k "tehnološkemu produktu" spodbuja povezovanje idej oz. interakcijo med posameznikom/posameznico in okoljem. Poleg tega "improvizacija" določa tudi osebno raven delovanja – razumemo jo lahko kot proces, ki ustvarja nove povezave znotraj odnosov in odpira polje za predrugačenje spolnih vlog.

<sup>2</sup> Podatek je (skozi štetje podeljenih patentov na URSIL) pridobila Ana Hafner, predsednica društva ASI (Aktivni inovatorji).

<sup>3</sup> Intervju sem naredila z inovatorkami, ki so patentirale svoje produkte ali pa so članice društva ASI oz. združenja inovatorjev/inovatorok.

<sup>4</sup> Ženske izkušnje ne zvajam na enoten model, temveč jo razumem skozi večdelno perspektivo. Filozofinja Rosi Braidotti govori o "mnoštvu ženskih glasov", pri tem pa poudarja, da ne smemo pozabiti, da se ženske med seboj razlikujemo – po svoji seksualni usmerjenosti, etnični pripadnosti, religiozni usmerjenosti, ideoloških prepričanjih, kulturnih vzorcih itn. (Braidotti, 2002: 44).

## Kreativnosti kot inovacija – problematičnost pojmov

Avtor Wieman ugotavlja, da sta v srednjem veku obstajali dve opredelitvi kreativnosti. Prva opredelitev ustvarjalnosti vzporeja s samim aktom kreativnega procesa oz. z improvizacijo, ki zaznamuje ta proces, medtem ko druga opredelitev vzpostavlja vzporednico med kreativnostjo in inovacijo (Daston in Park, 2001). V tem primeru je težišče zanimanja usmerjeno k produktu. V srednjem veku je bila kreativnost povezana s "čudežem", s skrivnostjo, razumljena je bila kot akt, ki človeka presega, in ki si ga ne more razložiti skozi racionalni aparat (Funke, 2009: 12). Dastonova in Parkova pravita, da je bil čudež nekaj novega, nerazumljivega in je izviral iz "potrjene nevednosti o vzroku". Čudeže so v srednjem veku povezovali tako z redkimi pojavi, kot tudi s "pošastnim", "grotesknim" telesom<sup>5</sup>, ki odstopa od ustaljenih norm in bega klasifikacijske normative (npr. pohabljeni, invalidi, hermafroditi, stare ženske), po drugi strani pa so jim pripisovali nadzemelske konotacije in jih enačili z božansko voljo. Zanimivo je, da v Bibliji že v prvem stavku naletimo na glagol *bara*, ki pomeni ustvarjati (opomba: stavek se glasi "V začetku je Bog ustvaril nebo in zemljo.") Makarovič ugotavlja, da se ta glagol uporablja izključno za božje stvarjenje, ne pa za človeško dejavnost. Bog ustvarja svet po kosih (najprej nebo in zemljo, potem svetlobo, dan, noč itn.), nobeden od teh kosov pa nima sposobnosti, da bi iz sebe proizvedel še kaj drugega. V tistem času pa so nastajale tudi druge teorije, ki so nasprotovale biblijskemu izročilu. Npr. grški filozof Tales je zagovarjal mnenje, da je svet celota, in da je vse nastalo iz ene same snovi, in sicer vode. Tales je mnenja, da bog ni dvignjen nad naravo, po njegovem narava ni božja stvaritev, temveč je narava prostor, v katerem bivajo tudi bogovi (Makarovič, 2003). Daston in Park pravita, da so v 12. stoletju verjeli, da narava ni zgolj rezultat božje volje, temveč da vzpostavlja svoje lastne zakone, ki ustvarjajo "neodvisen notranji red znotraj verige vzrokov, ki ustvarjajo posebne fenomene" (Daston in Park, 2001: 284). Čudeže pa so pojmovali kot odsev božje in naravne kreacije, podobno pa naj bi veljalo tudi za inovacije. Verjeli so, da sta tako čudež kot tudi inovacija rezultat kreativnega sestavljanja in božanske in zemeljske narave. "Cenjena je bila predvsem kreativna fantazija, odvisna od veščine oziroma virtuoznosti ponaredka" (Daston, Park, 2001: 284). V srednjem veku je bila kreativnost povezana s poustvarjanjem božanske podobe in biblijskih nauk (npr. likovna umetnost se je razvijala

---

<sup>5</sup> Mary Russo pravi, da se groteskno telo spaja z nižjo obliko bivanja, z objekti, živalmi in je kot tako povezano z degradacijo in smrtjo. Podobe grotesknega telesa nasprotujejo telesnim kanonom klasične estetike. Klasično telo je monumentalno, statično, definirano, zaprto, simetrično, samoobvladljivo in identificirano z "visoko" kulturo (Russo, V: Adam, 2009).

predvsem znotraj krščanske tradicije), zato posameznik ni imel dovolj svobode za subjektivno izražanje.<sup>6</sup>

V srednjem veku so torej "čudežnost" in "inovacijo" povezovali z ustvarjalnim aktom, znotraj katerega posameznik uporablja že obstoječe simbole in elemente, v 17. stoletju pa je kreativno postalo tisto, kar je izvirno, originalno, kar predstavlja novo nastalo celoto. Posameznik namreč ni več odvisen od božjega načrta, tega nadomesti osebna odgovornost in njegov družbeni uspeh se pokaže kot rezultat lastnih sposobnosti in prizadevanj (Hirsh in Macdonald, 2007: 186). Romantično gibanje v 19. stoletju je postavilo v ospredje človeka in njegovo notranjost, domišljijo, strasti – posameznik išče navdih v naravi, osebnih spominih, hrepenenju in bolečini. Pomemben premik v dožemanju človekovega intimnega sveta prinesejo tudi odkritja na področju medicine in psihologije, kjer je revolucionaren premik dosegel Freud z odkritjem nezavednega.

Konec 20. stoletja poraste zanimanje za kreativnost, teoretiki začnejo intenzivno raziskovati koncepte, povezane z ustvarjalnostjo, in jih umeščati v znanstveno polje. Razvijejo se različne tradicije raziskovanja kreativnosti – najdaljša tradicija raziskovanja kreativnosti spada v domeno filozofov, ki so se ukvarjali z estetskim vidikom kreativnosti, in psihologov, ki jih je zanimal predvsem koncept inteligence in psihološka motivacija posameznikov/posameznic, ki se veže na "kreativno akcijo". V 50-ih letih so raziskovalci preučevali predvsem relacijo med nadarjenim posameznikom/posameznico in okoljem. Do porasta študija pa pride v 80-ih letih, ko predstavlja kreativnost intersekcijo med različnimi polji; med kulturnim okoljem, v katerem posameznik/posameznica ustvarja, inteligenco oz. karakternimi značilnostmi posameznika/posameznice ter ustvarjalnim področjem, ki si ga kreativna oseba izbere (Mausburpen, 2009: 14). Če pogledamo zgodovino preučevanja kreativnosti, ugotovimo, da obstajajo tri različne perspektive, ki se ukvarjajo s samim konceptom, prvi dve sta osredotočeni na kreativni proces in sam produkt (ti dve tradiciji preučevanja izvirata že iz srednjega veka, kot sem pokazala zgoraj), tretja pa se ukvarja s kreativnim individuumom in specifikami, ki tega določajo.

Sodobni antropolog Liep enači kreativnost z izumiteljstvom in pravi, da je bolj kot sam proces kreacije pomemben produkt, ki prekaša konvencionalne rešitve. Avtor postavi ostro ločnico med kreativnostjo in improvizacijo in slednjo razume kot del vsakdanjega delovanja, ki lahko vsebuje določene elemente kreativnosti, sočasno pa opozarja, da improvizacije ne bi smeli enačiti s pravo kreativnostjo – inovacijo. Vse tisto kar ni inovativno, se namreč povezuje s ponaredkom, kopiranjem že obstoječih elementov

<sup>6</sup> Makarovič trdi, da je krščanstvo krivo za to, da so bile nekatere človekove velike ideje pozabljene (Makarovič, 2004).

oz. vzorcev. V nasprotju z njim Hallam in Ingold pravita, da lahko antropologija največ prispeva k razpravam okoli ustvarjalnosti tako, da prevprašuje in "ne reproducira polarnosti med novumom in konvencijo, med inovativno dinamiko sedanjosti in tradicionalizmom iz preteklosti". Na tem mestu se opirata na raziskovalca Brunerja, ki pravi, da ljudje "neprestano oblikujemo kulturo, medtem ko spontano odgovarjamo na življenjske položaje, katerih izid vselej ostaja spremenljiv" (Hallam in Ingold, 2007: 2). Zato je improvizacija "kulturni imperativ" in pripada svetu, ki je nenehno v nastajanju oz. v procesu kreacije. Razlika med improvizacijo in inovacijo torej ni v tem, da prva utrjuje konvencionalno razmišljanje, druga pa z njim prekinja, temveč v tem, da se improvizacija veže na proces, inovacija pa na sam produkt. Inovacija je zgolj manifestacija samega izida, ki predstavlja formulo, ki je na novo izdelana in zato ne more predstavljati celotnega spektra kreativnega procesa. Kot pravita Hallam in Ingold: "To enosmerno branje je simptom modernosti, ki išče v kreativnosti moč, katera ni vezana na oblikovanje odnosa med posameznikom in svetom, temveč bolj na osvoboditev vezi, ki so pripete na tradicijo" (Hallam in Ingold, 2007: 2). Tukaj se zastavlja vprašanje, če lahko kreativni posameznik/posameznica resnično popolnoma ubeži že obstoječim elementom, ki jih družba reproducira ali pa mora tudi njegova neprilagojenost ostati del širšega družbenega konteksta pomenov, ker drugače izgubi simbolično v rednost. V nasprotju z Lipom Hallam in Ingold predlagata uporabo pojma "improvizacijska kreativnost" in pravita, da črpanje elementov iz obstoječih form ne pomeni pasivnega sprejemanja tradicije, temveč nasprotno gre za aktivno regeneracijo in oživitev preteklih oblik. Termin apelira na "stalno gibanje", na proces ter na medsebojno povezovanje idej, ki nastajajo znotraj odnosov med posamezniki/posameznicami in njihovim okoljem. Ljudje namreč sproti ustvarjamo kulturo tako, da spontano odgovarjamo na življenjske položaje, pri svojem početju pa stalno improviziramo, prav zaradi tega, ker se srečujemo z vrednotami in konvencijami, ki niso vselej v skladu z našimi notranjimi zahtevami in pričakovanji. "Konvencionalno je lahko nekonvencionalno, prav tako kot je spreminjanje lahko del tradicionalnega/tradicije" (Hallam in Ingold, 2007: 6). Pojem "improvizacijska kreativnost" torej zaobjema akt kreativnosti v procesu, ki ni usmerjen k cilju in ne napoveduje jasnega izida, kot pravi Ingold: "Improvizacija ne napoveduje presečenj, preprosto zato, ker si niti ne prizadeva napovedovati" (Hallam in Ingold, 2006: 18).

Kreativnost je proces, ki je sestavljen iz različnih elementov, produkt pa je le en izmed njih. Makarovič govori o teoriji o šestih P-jih, o šestih ključnih atributih, ki definirajo kreativnost: *prilika*, *posameznik*, *proces*, *produkt*, *priznanje*, *premik v družbi*. Prilika ali priložnost za kreativnost se oblikuje v specifičnem okolju, ki mu nadarjeni posameznik/posameznica pripada,

temu sledi izvedba ideje (v obliki produkta), ki postane del javnega prostora, v trenutku, ko strokovnjaki/strokovnjakinje podajo svoje mnenje o njegovi kakovosti (s priznanjem oz. pohvalo).<sup>7</sup> Če produkt vpliva na spremembe obstoječih znanj in na prevrednotenje obstoječih konceptov, lahko govorimo o “premiku v družbi”. V znanosti, umetnosti, veri in politiki se uveljavljajo ljudje kot ustvarjalci s podobno osebnostno strukturo in njihovo ustvarjanje temelji na podobnih psihičnih procesih (Makarovič, 2003: 155). Kreativne osebe so torej, ne glede na področje delovanja, nosilke podobnih značajskih atributov, kot ugotavljajo predvsem tisti strokovnjaki, ki se ukvarjajo s preučevanjem relacije kreativnost/posameznik oz. posameznica. Robert J. Sterbberg navaja, da so kreativne osebe neodvisne, nekomfromistične, prepoznane po nenavadnem, odstopajočem obnašanju<sup>8</sup>, poleg tega imajo širok spekter zanimanj in so odprte za nove izkušnje – pomembno pa je tudi to, da so pripravljene tvegati in so kognitivno fleksibilne (Sterbberg, 2009: 76).

Če se vrnemo k pojmu “improvizacijska kreativnost”, se nam zastavi vprašanje, zakaj so prvi sodobni raziskovalci enačili kreativnost z inovacijo in ne z improvizacijo kot aktom, ki je vezan na proces in ustvarjanje novih povezav med okoljem in “ustvarjalnimi posamezniki/posamezniki”. Raziskovalci so kreativnost najpogosteje vzporejali z inovacijskimi produkti, ker so ti v času modernizacije omogočali hiter tehnološki razvoj. Tako Liep kot tudi ostali raziskovalci skozi omenjeno definicijo utrjujejo relacijo med kreativnostjo oz. inovacijo in tehnologijo, ta pa je že od nekdaj povezana z maskulinnostjo. V preteklosti in tudi še danes je moški razumljen kot tisti, ki je več tehničnih del, ki je zmožen pridobiti znanja za delo s tehnološkimi procesi, ženska pa kot tista, ki ni dovolj sposobna znotraj te dejavnosti. Na to kaže tudi podprezentiranost žensk znotraj poklicev, povezanih s tehnologijo in nekaterimi naravoslovnimi znanostmi – leta 2006 se je (znotraj EU) za študij matematičnih znanosti in računalništva odločilo 37,2 odstotka žensk za inženirstvo, za gradbeništvo pa samo 24,4 odstotka žensk. “Še manjše število žensk oz. raziskovalk najdemo znotraj raziskovalnih projektov, ki se ukvarjajo s tehnologijo, inovacijami in biomedicino” (Lažnjak et al., 2011: 5).

Obstaja veliko študij, ki se ukvarjajo z “moškimi” inovacijami v industriji, redkejšje pa so tiste, ki se ukvarjajo s sektorji, v katerih dominirajo ženske oziroma s problematiko, ki spada v domeno žensk (Kveine, 2011: 34). Ko enačimo kreativnost in/ali inovacijo s tehnološkim produktom, omejimo

<sup>7</sup> Robert J. Sterbberg pravi, da so atributi, ki določajo kreativno prakso naslednji: a) znanje (ki spodbuja in omejuje kreativne potenciale), b) stil razmišljanja, c) osebnost (odprtost do različnosti, samokritičnost), d) motivacija, e) okolje, f) stičišče vseh elementov (Mausburpen, 2009).

<sup>8</sup> Ševilni teoretiki kritizirajo psihologe, ki pogosto enačijo kreativno stanje s kliničnim stanjem oz. s psihozo ali paranoično shizofrenijo. Modeli, ki jih proizvajajo psihologi/psihologinje, so pogosto tvegani, ker izhajajo iz normativov (Sterbberg, 2009).

definicijo obeh pojmov – prav ta ozka definicija pa določa specifični položaj, ki ga je ženska kot ustvarjalca zasedala znotraj družbenega konteksta v zgodovini. Ženske v zgodovini namreč niso smele vstopati v določene kulturne prostore in niso imele priložnosti za to, da bi v svojem okolju udeležale svoje kreativne potencialne.

V nadaljevanju se bom osredotočila na položaj ženske/ustvarjalke v zgodovini, ki ga bom med drugim predstavila tudi skozi Makarovičevo teorijo o šestih P-jih. V drugem delu bom, kot sem izpostavila že v uvodu, težišče zanimanja premaknila k sodobni ženski in njenemu delovanju znotraj inovatorskega polja, z namenom, da pokažem, na kakšen način je spolna dinamika vpeta v omenjeno področje. Zanimalo me bo, kako inovatorke s svojim vstopanjem v javnost rahljajo tradicionalistično zaznamovane spolne vloge, s tem pa vplivajo na predrugačenje konceptov, ki določajo “kreativnost” in “inovatorstvo” v širšem smislu.

### **Položaj ženske – ustvarjalke v zgodovini**

Ustvarjalni akt je povezan z rojstvom, s porajanjem (v slovenščini uporabljamo izraz, “porodila se mi je ideja”) oziroma s “plodilnostjo”, kot je zapisal Platon. Grški filozof govori o “plodilnosti duše”, po njegovem mnenju je namreč duša sposobna “kreacije idej”. Avtor strogo ločuje “plodilnost duše” od “plodilnosti” telesa in pravi, da je lepota uma večvredna od lepote telesa, “otroci, ki jih spočnejo moški v svoji duši” pa popolnejši kot tistih, ki so sad karnalne prokreacije, torej združitve moškega in ženske (in se porajajo v ženskem telesu). Avtor navaja, da sta inspiracija in “božanska norost” jedro kreativnosti – do vzvišene interakcije z nadnaravnimi silami pa ima dostop samo moški, medtem ko je žensko poslanstvo omejeno na rojevanje potomcev, torej na akt, ki je povezan z “minljivostjo”, “smrtnostjo” in “umazano telesnostjo” (Hoeveler, 2007). V nasprotju z njim vidi Aristotel bistvo kreativnosti v obvladovanju forme in pravil oz. v skladnosti samega umetniškega produkta. Žensko, ki jo obravnava kot “manjvrednega moškega”, tako kot Platon, postavi izven filozofske razprave, v območje “telesnega”, njeno telo pa enači s posodo za nošenje moškega semena.

Nietzsche zgornji opredelitvi kreativnosti združi v konceptu “dionizičnega” in “apoliničnega”, ki predstavljata dva inspirativna principa oz. dve fazi umetniškega ustvarjanja. “Dionizična faza” je povezana z rušenjem pravil in oblikovanjem individualnih potez znotraj umetnine, medtem ko je “apolinična faza” povezana z vzpostavljanjem forme oz. strukture, ki omogoča umetniku, da naredi svojo umetnino razumljivo in dostopno za občinstvo. Tudi Nietzschejeva opredelitev kreativnosti ne prepušča prostora za žensko, kot pravi avtorica Diane Long Hoeveler: “*dionizičen* in *apoliničen* pristop k umetnosti prikazuje moč same kreativnosti, ki se manifestira v

obliki dveh moških bogov” (Hoeveler, 2007: 23). Omenjene opredelitve kažejo na to, da je položaj “genija” oz. “genialnega umetnika/izumitelja/ustvarjalca” vezan na moškega, medtem ko je “ženska kreativnost” tolmačena skozi materinsko funkcijo, ki je za žensko v zgodovini veljala za “najvišjo formo kreativnosti”, na kar kažejo med drugim tudi upodobitve Device Marije s sinom Jezusom kot likom, ki predstavlja “najčistejšo” in “najbolj vzvišeno” obliko ženskosti. Številni teoretiki so razliko med moškim in ženskim področjem zanimanja poskušali razložiti z biološkimi značilnostmi, namesto da bi jih iskali v družbenih okoliščinah, ki, kot bom v nadaljevanju pokazala, ustvarjajo pogoje za razvoj talenta in ustvarjalnega potenciala pri posameznikih in posameznicah. Če sledimo konceptu šestih P-jev.

### a) Priložnost

Avtorica Linda Nochlin, ki se ukvarja s položajem žensk znotraj likovne umetnosti, se sprašuje, zakaj ni bilo veliko umetnic in ugotavlja, da so institucije ženskam preprečevale, da bi dosegle odličnosti v umetnosti ali da bi v njej uspeli enako kot moški (pod istimi pogoji), ne glede na to kako velik je bil njihov talent oz. genij. Avtorica pravi, ali se je ženska odločila za poklicno pot oz. za umetnost, je morala biti precej nekonvencionalna – umetnica se je morala namreč upreti svoji družini oz. se izviti iz predpisane vloge žene in matere (edine vloge, ki ji jo institucija predpisuje kot samodejno). Zato, da se je lahko uprla, pa je morala prevzeti moške lastnosti: to so osredotočenost, zbranost, vztrajnost – šele tako je lahko uspela v svetu umetnosti in v njem ostala (Nochlin, 2004: 5). “Glede na prevladujoče zapovedi o strogem spoštovanju *naravnega reda*<sup>9</sup> je tedaj razumljivo, da je bil dostop žensk do izobraževanja, zlasti do produkcije vseh vrst znanj, vselej posebej strogo nadzorovan in onemogočen” (Jogan, 2001: 82). Ko so se ženske konec 18. stoletja začele zavzemati za vključitev v proces izobraževanja, so se še okrepila mizogina stališča, ki so jih širili moški znanstveniki. “In vendar je po intenzivnih in dolgotrajnih bojih organiziranih žensk – zlasti v 19. stoletju – obrambna moč univerze kot moške trdnjave začela popuščati” (Jogan, 2001: 83). Maca Jogan ugotavlja, da razmere na slovenskem niso bile bistveno drugačne kot v drugih okoljih v svetu, kjer so ženske med letom 1876 in 1905 pridobile privoljenje za vpis na univerze.<sup>10</sup> Po prvi svetovni vojni so se dekleta na slovenskem začela bolj množično vpisovati v srednje šole, po

<sup>9</sup> Maca Jogan navaja Rousseaujevo definicijo “prave ženske narave” (iz leta 1762), ki jo pogojujejo predvsem lastnosti, kot so: ponižnost, podrejenost (moškemu), ubogljivost, obvladovanje. Avtorica ugotavlja, da je pri sociologu iz 20. stoletja T. Parsons vloga ženske definirana na podoben način. Parsons nadrejenost moških opravičuje z njihovo “instrumentalno vlogo v poklicnem sistemu” (Jogan, 2001: 82).

<sup>10</sup> “Prva neposredna peticija, s katero so ženske zahtevale vstop na univerze, je bila predložena poslanski zbornici 29. aprila 1890” (Jogan, 85: 2001).



ustanovitvi samostojne univerze v Ljubljani (1919) se je povečalo tudi število študentk (Jogan, 2001: 16). Kljub očitnim spremembam na področju izobraževanja, pa se ženska ob vstopu v "polje znanja" še danes srečuje z različnimi ovirami. "Posledic tega dolgotrajnega utrjevanja in reproduciranja androcentrizma in androarhalnega reda ni mogoče odpraviti v enem stoletju, kaj šele v nekaj desetletjih" (Jogan, 2001: 90).

*b) Posameznik/posameznica*

Ker ženska ni imela takih *priložnosti* kot moški, ni uspela razviti svojih osebnih dispozicij, kar pomeni, da je njen talent ostal zakrit, neprepoznan s strani okolja in strokovnjakov znotraj specifičnih področji. Zgoraj sem omenila, da poskušajo nekatere študije dokazati, da je ženska manj inteligentna kot moški, ter da so moški sposobnejši za razmišljanje, vodenje države, sklepanje poslov, računanje, izumljanje strojev, umetniško snovanje itn. Tako Aristotel kot tudi drugi kasnejši vodilni znanstveniki so bili mnenja, da se "duša ujema s konstitucijo telesa, ženska telesa pa so šibka in nestabilna", kar pomeni, da sta ženska želja in volja nestabilni in nestanovitni." Tudi Freud, ki je zapisal, da ženska ni zmožna preseči svojih infantilnih gonov na tak način kot moški, ki svoje seksualne interese preusmeri v višje cilje (npr. poklic), je utrjeval omenjene definicije. Eva Bahovec v predgovoru h knjigi *Mesto dam*, katero je v srednjem veku napisala Christine de Pizan (rojena okoli leta 1363), pravi, da vodilna nit teoretske refleksije in znanstvenega dokazovanja ženske znova in znova postavljala v položaj nepopolnega moškega. "Ženska je bila opredeljena kot bitje, ki je simetrično moškemu, hkrati pa je ženskost pomenila nekaj manj – manj v razmerju do moškega, ki je bil postavljen kot norma, kriterij in osnovno merilo človeškosti" (Bahovec, 2007: 5). Problem je v tem, da so o ženskah pisali predvsem moški, na tak način pa so ustvarjali podobo ženske, ki so jo sprejele tudi ženske same. Na ta problem je opozorila že zgoraj omenjena avtorica Christine de Pizan, ki utemelji, zakaj bi bilo treba pisati dopolnilno zgodovino, v kateri bi bila v ospredju ženska (in vse, kar je bilo v zvezi z njo prezrto in pozabljeno).

*c) Proces*

Ženske so se torej prilagodile družbeni shemi, normativom, ki so jih ustvarili moški, in v veliki meri niso imele priložnosti za to, da bi razvile svoj talent (npr. talent za umetniško snovanje: slikanje) – ker jih okolje pri tem ni spodbujalo, so zatrle svojo ustvarjalno energijo oz. jo usmerile v (gospodinjske) dejavnosti, ki so veljale za družbeno sprejemljive. Vsakdanje družbeno življenje vpliva na delovanje možganov, zato ni nič nenavadnega, da če neko deklico že od malega vzgajajo kot šibko, neobgljeno in odvisno od

moškega, to tudi ponotranji, sprejeme za svoje.<sup>11</sup> Prav tako je tudi z ustvarjalnostjo, če je ženska že od otroštva postavljena v okolje, ki jo odvrča od tega, da bi se ukvarjala z umetnostjo ali znanostjo in ji vsiljuje dvome o njeni sposobnosti in talentu, potem je zanjo ustvarjalna pot zelo otežena, če skoraj že ne neprehodna. Kot pravi Linda Nochlin: “za to, da se ženske niso mogle uveljaviti, da niso dosegale tako visokih rezultatov kot moški, niso krivi hormoni ali menstruacija, temveč institucije in vzgoja – pod katero razumemo vse, kar se nam zgodi v trenutku, ko pridemo na svet (vsi znaki, simboli, znamenja so del te vzgoje)” (Nochlin, 2004: 9).

#### *d) Produkt*

Tudi tiste ženske, ki so imele priložnost ustvarjati – veliko jih je to počelo na skrivaj – so se srečevale s problemom produkcije, s tem kako lansirati produkte v javno sfero. Nochlin omenja slikarko iz obdobja renesanse, tj. Artemisija Gentileschi, ki se je pred naročniki pretvarjala, da je moški, ker je samo tako lahko dosegla, da so bila njena dela sprejeta v galerijo.<sup>12</sup> Omenjen primer jasno pokaže, da je kakovost produkta vezana na spol, kar pomeni, da je umetnina, ki jo ustvari ženska že apriori izvržena iz sheme vrednotenja ali pa je njena pot do tega, da pridobi ustrezno priznanje, otežena.<sup>13</sup> Kljub temu so iz zgodovine poznani tudi primeri, ko so ženske uspešno prodrle na trg pod svojim lastnim imenom, naj omenim primer inovatorke Mary Dixon Kies, ki je živela na prehodu iz 18. v 19. stoletje in je bila prva ženska v Ameriki, ki je prijavila patent. Prijavila je proces tkanja slame s svilo ali sukancem, s to tehniko pa so izdelovali slamnate klobuke, ki so jih večinom nosile ženske za delo na polju. Čeprav njen izum ni doživel kakšnega izjemnega tržnega uspeha, so ji priznavali zasluge za podporo ameriški proizvodnji klobukov in za zmanjšano potrebo po uvozu iz Evrope.<sup>14</sup>

<sup>11</sup> Številni avtorji/avtorice skušajo dokazati, da obstaja neki prazgodovinski (biološki) model moškega in ženske, ki naj bi veljal vse do danes, in prezrejo dejstvo, da je biologija vselej družbeno interpretirana (Adam, 2009).

<sup>12</sup> Njen oče je bil uveljavljeni toskanski slikar, ona pa se ni mogla uveljavljati kot ženska slikarka, zato se je podpisovala kot moški.

<sup>13</sup> Če si pogledamo primer slavnega umetniškega para, Avguste Roden (19. stol.) in Camilile Claudel, ki je bila štirideset let mlajša od svojega ljubimca, poleg tega pa je bila njegova učenka in muza. Po nekaj letih sta se razšla, Claudel se je namreč tudi sama ukvarjala s slikarstvom, a ni uspela, ker je pristala v psihiatrični bolnišnici, v katero jo je spravil Roden. Tudi Picasso je prepovedal svoji ženi (Francoise Gilott) slikati oz. razstavljati slike (Nochlin, 2004).

<sup>14</sup> V poglavju, ki bo sledilo, po obravnavi zadnjih dveh P-jev, priznanja in premika, bom pokazala, s kakšnimi problemi se pri trženju produkta in vzpostavljanju mrež srečujejo inovatorke v sodobnem času – in kakšen je njihov uspeh v primerjavi z moškimi kolegi.

e) *Priznanje in premik*

O *priznanju* govorim takrat, ko je delo ustvarjalca ali ustvarjalke javno pohvaljeno oz. vpisano v kanon določene discipline, medtem ko gre pri *premiku* za globlje spreminjanje že obstoječih vsebin in vzpostavljanje novih, ustrežnejših formacij. V sodobnem času so ženske, kljub emancipaciji na različnih nivojih družbenega življenja in možnosti samostojne izbire poklica, še vedno podprezentirane znotraj literarnih antologij, znanstvenih enciklopedij itn. – torej virov, ki opredeljujejo sam kanon. Sočasno pa poskušajo strokovnjaki in strokovnjakinje z različnih področij predstaviti in ovrednotiti spolno razliko kot gonilo kreativnosti in inovacije.<sup>15</sup> Posledica vpeljave perspektive spola prinaša tudi formiranje novih oblik nagrajevanja; npr. vpeljavo ženskih festivalov, ženskih natečajev ali antologij, ki so namenjene zgolj avtoricam. Šele priznanje je tisto, ki avtorici omogoči, da s svojim produktom vpliva na spremembo kanona, kar pomeni, da sodeluje pri transformaciji znanja in kot ženska ustvarja “dopolnilno zgodovino”, o kateri je govorila že (zgodnja feministka) Christine de Pizan. Tudi sodobne feministične teoretičarke govorijo o “poustvarjanju”, “redefiniranju” tradicionalističnih pojmov, sočasno pa zavračajo končno definicijo konceptov, npr. tistih, ki so vezani na opredelitev spolnih vlog, ter na tak način odpirajo teoretski prostor za “kreativnost” in “improvizacijo” oz. ustvarjajo območja, znotraj katerih je možno eksperimentirati, tako da kreativne ideje ostajajo odprte in ne proizvajajo ultimativne vednosti oz. končnih rezultatov – usmerjenost k cilju je namreč povezana s falocentričnim, enosmernim gibanjem.<sup>16</sup>

### “Inovatorstvo” – netipičen poklic za ženske

V naslednjem poglavju se bom osredotočila na specifično ustvarjalno področje, inovatorstvo, ki v navezavi na spolno perspektivo v slovenskem prostoru še ni bilo deležno podrobnejših raziskav. Podatke za analizo sem pridobila v sklopu širšega raziskovalnega projekta INO, znotraj katerega je potekalo sodelovanje med Inštitutom za strateške in razvojne analize in Združenjem slovenskih inovatorjev/inovatorok. Kot osnovno metodo sem uporabila polstrukturirani globinski intervju, pri katerem sem imel vnaprej določena vprašanja, ki sem jih med pogovorom po potrebi dopolnjevala, glede na vsebinske smernice pogovora oz. glede na poklicno usmerjenost intervjuvank in ostale specifike. Anketirala sem izbrano skupino žensk, ki

---

<sup>15</sup> Npr. Kveine (2011).

<sup>16</sup> Feministične teoretičarke ugotavljajo, da dominantni subjekt utrjuje svoj lastni položaj in ne prepusti prostora za perspektivo “drugih” (Adam, 2009).

delujejo znotraj združenja Aktivnih slovenskih inovatorjev/inovatorke (ASI). V intervjujih me je zanimalo, na kakšen način inovatorke, ki vstopajo v "inovacijski prostor", oblikujejo socialne mreže, ki jim omogočajo trženje produkta in uveljavitev znotraj "javnega prostora".<sup>17</sup> Pri tem sem upoštevala specifične okoliščine, v katerih se ženske znajdejo v času svoje kariere – obdobje porodniškega dopusta, materinstvo in skrb za gospodinjstvo.

Raziskovalka Ana Hafner (in predsednica združenja ASI) je zapisala, da inovatorji/inovatorke niso nujno znanstveniki/znanstvenice ali podjetniki/podjetnice, hkrati pa je poudarila, da je človeštvo pred stotimi leti ves svoj "napredek dolgovalo predvsem genialnim posameznikom, kot so bili Tesla, Edison, brata Wright" (Hafner, 2011: 10). Vzpon velikih družb z raziskovalnimi laboratoriji (v katerih so bili zaposleni doktorji znanosti in inženirji) v 50-ih letih prejšnjega stoletja pa naj bi povzročil "konec zlate dobe neodvisnih izumiteljev" (ibid). Tudi danes, v Sloveniji, prevladujeta dva načina inoviranja (na kar kaže statistika patentnih uradov): "na eni strani imamo opraviti z inoviranjem in izumljanjem v okviru organiziranih podjetij (npr. Lek in Krka), po drugi strani pa predstavljajo pomemben segment samostojni inovatorji in inovatorke" (Whatmough, 2011). Pri zadnjih se pojavlja problem trženja produkta – v kolikor inovator/inovatorka sam trži svoj produkt, ni več zgolj inovator/inovatorka, temveč tudi podjetnik/podjetnica. Del inovatorjev/inovatorke odpira lastna podjetja, zato da bi lahko tržili svoje projekte, drugi del pa poskuša svoje izume prodati drugim podjetjem (Hafner, 2011: 15). Prav pri trženju produkta oz. ustvarjanju možnosti za lansiranje produkta v javnost se pokažejo bistvene razlike med moškimi in ženskami, ki delujejo na področju inovacij, kar bom pokazala z analizo intervjujev v naslednjem poglavju.

Inovatorka, ki je prejela nagrado za svoje delo na inovacijskem sejmu v Seulu, pravi, da je inovatorstvo netipičen poklic za ženske, tako kot poklic inženirke – in čuti nelagodje, ko omenja besedo "inovatorka":

*Kaj je sedaj to inovatorka, čudna beseda. Mene so spraševali, če mi dajo ta naziv, pa sem rekla, da sem oblikovalka, ne ..., inovatorka ni ravno prava, malo štorasta beseda – tako kot inženir ... (R1)*

Intervjuvanka svoje poklicne identitete ne vidi v kontekstu inovatorske dejavnosti – razloga za to pa sta dva, prvič; inovatorska dejavnost je v zgodovini spadala v domeno moškega, saj je bila ženska omejena na zasebno sfero in je bil njen vstop v "prostor znanja" omejen, drugič; inovativnost se povezuje s prakso tehnologije, področjem, ki naj bi ga "obvladoval" predvsem

<sup>17</sup> Janez Berdavs pravi, da kadar začne inovator/inovatorka sam tržiti svoj produkt, deluje sočasno tudi kot podjetnik/podjetnica, inovativna ideja pa se spremni v "poslovno idejo".

moški. Danes je problematično predvsem to, da tradicionalni stereotipi še vedno do neke mere določajo poklicno usmeritev ženske, na kar opozarja predvsem zaposlitvena segregacija. Poznamo dva tipa segregacije, horizontalno in vertikalno segregacijo, prva ponazarja trend, da spola delata v različnih sektorjih ekonomije (npr. moški v tehničnem poklicu, ženska znotraj sociale), druga pa kaže na neenakost znotraj istega poklica. Kar pomeni, da moški in ženska delata v skupnem sektorju, a moški opravlja delo, ki zahteva večjo odgovornost in ima višjo plačo (npr. v šolah je zaposlenih več ravnateljev kot ravnateljic in več učiteljic kot učiteljev). Posledici zaposlitvene segregacije sta naslednji: a) tiste domene, v katerih se ženske gibljejo, so označene za manj atraktivne (manjši dohodek oz. manjša možnost napredovanja), b) če imajo ženske netipične poklice, kot so inženir ali menedžer, so pogosto obravnavane kot neresne in so žrtev diskriminacije. Tudi inovatorstvo predstavlja netipični poklic za ženske, na kar kaže nizek odstotek žensk, ki se ukvarjajo z inovatorstvom – omenila sem že, da je v Sloveniji okoli 7 odstotkov žensk inovatorok, v Evropi pa je odstotek še manjši (3%). Kljub tem podatkom študije s področja inovacijske dejavnosti<sup>18</sup> kažejo na to, da se je v sodobnem času pojavila potreba po prevrednotenju pojma “inovatorstvo” in oblikovanju novih definicij, ki bi vključevale tudi dejavnost žensk (Kvein, 2011). Pojem inovacijske dejavnosti je mogoče predruščiti zgolj z načrtno vpeljavo ženske izkušnje, ki je bila v zgodovini prezrta. Prav zaradi tega pa sem se v pričujoči raziskavi osredotočila na neposredno komunikacijo z ženskami v obliki pogovora oz. intervjuja.

## Inovatorke, kreiranje mrež in vzpostavljanje profesionalnih vezi

### *a) Spodbude iz neformalnega okolja*

Darka Podmenik, ki se v svoji raziskavi med drugim ukvarja z relacijo med človeškim oziroma socialnim kapitalom in uspešnostjo inovacij samostojnih – starejših – inovatorjev, ugotavlja, da družino kot zasebno omrežje, ki prispeva k inovatorjevi ustvarjalnosti, omenja samo en inovator, s katerim je opravila intervju – pa še v tem primeru gre za uspešno družinsko podjetje, vzpostavljeno na respondentovi inovaciji (Ivančič et al., 2012). V primerjavi s starejšimi inovatorji, ženske/inovatorke (srednjih let) pogosteje omenjajo družino v navezavi na svojo ustvarjalno pot, kar kaže na to, da so še vedno (bolj kot moški) vezane na družinski prostor. Vendar pa spodbude, ki prihajajo iz družinskega okolja, niso determinirane zgolj s pozitivno izkušnjo – v odgovorih intervjuvank se namreč pojavlja “dvojna perspektiva”:

---

<sup>18</sup> Sklicujem se na članke iz zbornika: *Innovation and Gender*, ki so izšli na Švedskem leta 2011.

*Na nek način ja, na drug način pa ne, ko sem hotela iti na svoje, je bila družina proti, sem imela res hude probleme, da sem se osamosvojila.* (R1)

Tudi ostale intervjuvanke (podobno kot inovatorka zgoraj) poudarjajo, da ljudje iz njihove okolice in družinski člani, ki se ukvarjajo z drugimi dejavnostmi, ne razumejo njihovega dela – kot pravita intervjuvanki:

*Bližnja okolica me spodbuja, družina pa ne, tukaj ne čutim razumevanja. Drugače pa od posameznikov ..., je težko ljudem razložiti, če se ne ukvarjajo s tem. Najbolj me razumejo ljudje, ki so mi podobni.* (R2)

*... pravi, da bi neko podporo čutila ..., od posameznikov ..., v mojem kraju sta recimo en ali dva, drugače pa ne vem, mogoče moja sestra, ampak zgolj kot človek, nje ne zanimajo te stvari.* (R3)

Tako kot pri starejših moških kolegh, ki pravijo, da niti ne potrebujejo “neprofesionalnih” stikov, se pravi komunikacije s prijatelji/prijateljicami o svojih inovacijah, ker so ti pretežno laiki na področju inoviranja, se tudi pri ženskah opaža, da je njihova komunikacija omejena na ozek krog ljudi, s katerimi se srečujejo v okviru svoje poklicne dejavnosti. Ženske srednjih let (in deloma mlajše ženske) tako kot njihovi starejši moški kolegi iščejo predvsem podporo in spodbudo pri posameznikih (prijateljih, znancih, kolegh), s katerimi lahko delijo svoje profesionalne izkušnje, hkrati pa so ženske, kot smo ugotovili, bolj kot njihovi moški kolegi vpete v družinsko okolje in komunikacijo znotraj tega. Vpetost žensk v družinski krog lahko primerjamo z mlajšimi moškimi, ki so znotraj družinskega kroga dejavnejši – in v nasprotju s starejšimi moškimi kolegi, pogosteje omenjajo relacijo družina/ustvarjalnost – predvsem v smislu pozitivne prepletenosti (Ivančič et al., 2012). Mlajši moški (inovatorji) torej dobijo podporo od svojih partneric, kar pomeni, da družina kot zasebno omrežje odpira pot njihovi kreativnosti in ni zaznamovana z “dvojno perspektivo”, ki določa ženski način vrednotenja obravnavane relacije.

#### ***b) Vzpostavljanje širših profesionalnih vezi – delovanje znotraj društva***

Ženske iščejo finančno in promocijsko pomoč predvsem pri manjših organizacijah, npr. društvih, najpogosteje omenjajo društvo ASI, medtem ko se izogibajo sodelovanju z večjimi institucijami.

*Glede finančne podpore ..., to sem morala vse sama vložiti ..., spodbude ni bilo nobene nikjer.* (R1)

*Moram reči, da prek združenja ASI, tukaj so zelo delovni, prek njih se lahko začneš dogovarjati, kar se pa tiče drugih organizacij in marketinške podpore, je pa treba vse plačati ... (R2)*

*... potem pa je bila slučajno na televiziji oddaja polnočni klub, tam sem dobila številko in poklicala njih, oglasila se je Ana Hafner, zelo prijazna, takoj sva navezali stik, mi je dala kontakte od drugih inovatorjev, ki sem jih klicala ... (R3)*

Ženske pogosto omenjajo prednost komunikacije, ki poteka na "osebni ravni", gre za neposredno komunikacijo, ki ni omejena na telefonske pogovore in formalne sestanke. Tovrstna komunikacija je možna zgolj znotraj društev, kjer odnosi niso strogo formalizirani, predstavnice in predstavniki društev pa niso "lovilci dobička" in omejeni na sklepanje poslov, temveč entuziasti/entuziastke, ki so pripravljeni pomagati oziroma svetovati in so osebno angažirani znotraj širše vsebinske perspektive, ki določa koncept društva.

*Ja, ASI, društvo, ki je bolj na osebni ravni, meni gre za to, da se pogovarjaš s človekom ne z ustanovo, te tako nimajo stika z realnostjo, tudi potem, ko odpiraš podjetje, ko sem šla v status, oni sploh ne vedo zakaj gre ... oni rečejo, da imajo veliko dela, da nimajo časa, potem pa imaš tehnično pomoč, ko fajn telefon plačaš, brez veze, samo osebni stiki nekaj pomenijo. (R1)*

### ***c) Institucionalna podpora – negativna dinamika***

Ker društvo ne more podpreti žensk pri njihovi inovacijski dejavnosti, morajo ženske v večini primerov same financirati svoje produkte, kor pravi intervjuvanka.

*Čisto vse sem sama vložila, imela sem pač prihranke, ker sem imela kar dosti dela, sem nekaj prihranila in naložila, tudi nisem imela nobenih kreditov, kasneje potem sem rabila tudi kredite, tako, da sedaj iščem ena nepovratna sredstva, ki jih tudi do danes še nisem dobila ... (R2)*

Ženske pri iskanju širših profesionalnih vezi torej niso najbolj uspešne, ker so omejene na sodelovanje z društvi – zgoraj citirana inovatorka sicer navaja, da se je obrnila tudi na druge institucije, predvsem v zvezi s prošnjami za denarna posojila, ki pa jih ni dobila. Številne (intervjuvane) ženske niso najbolj aktivne pri oblikovanju širših vezi, vendar pa nekatere odstopajo po načinu organiziranega vzpostavljanja mrež. Ena od intervjuvank

poudarja, da ima že od začetka svoje dejavnosti zelo dobro razpeto mrežo. Vzpostavlja jo na različne načine.

*Zelo veliko po internetu ... tudi ko sem iskala podjetja, sem tako iskala, nekaj so mi jih priporočili ... sem se zmenila z enim ... drugače pa sem se probala udeležiti čim več dogodkov v Sloveniji, ki so povezani z inovatorstvom. Tam sem veliko ljudi spoznala ... ali pa na seminarjih. Nekaj pa na gospodarski zbornici ... počasi sem naredila en krog. (R 4/5)*

Poleg tega je omenjena inovatorica vzpostavila stike tudi v tujini.

*Sem govorila s švicarskimi inovatorji, pa z nemškimi. Tam so razmere boljše, to so precej bogatejše države in imajo tudi zaposlene ljudi, ki se s tem ukvarjajo in podpirajo inovatorje ... (R 4)*

Intervjuvanka pravi, da je trženje svojega produkta vzela v lastne roke, naredila je finančno konstrukcijo in se obrnila na novinarje, ki so predstavili prototip njenega produkta. Kljub aktivni udeleženi pa inovatorica poudarja, da je v Sloveniji največ podpore dobila s strani društva ASI – saj podporni institucionalni mehanizmi niso najbolj razviti oz. kot pravi inovatorica, “jih v Sloveniji sploh ni”. Tako kot starejši moški kolegi tudi ženske na neki način pričakujejo podporo državnih institucij, sočasno pa so do njih nezaupljive in kritične. Starejši moški so pri oblikovanju širših socialnih mrež in pridobivanju kapitala neuspešni, zaradi pomanjkanja znanja, ki bi jim omogočilo pridobivanje ustreznih informacij – npr. prek interneta (podatki o projektih, institucijah, možnih financiranjih). Pri ženskah (srednjih let in mlajših) ne gre za pomanjkanje znanja, ki jim omogoča pridobivanje ustreznih informacij, večina je namreč omenjeno znanje pridobila znotraj svojih poklicev.

Ženske pri oblikovanju širših profesionalnih vezi zavirata naslednja faktorja: nezaupljiv odnos do institucij in organizacij, ki bi jim lahko nudile pomoč, in pomanjkanje družinske podpore. Intervjuvanka so seznanjene z dejstvom, da se z inovatorstvom ukvarja zgolj majhen odstotek žensk, razlog za to pa vidijo v pomanjkanju časa, ki bi ga lahko namenile ustvarjalnosti, poleg tega pa pravijo, da nimajo dovolj podpore s strani partnerjev. Nekatere so kritične do svojih kolegic in pravijo, da te, zaradi vpetosti v rutino, ne kažejo dovolj zanimanja za izumiteljstvo oz. karkoli drugega, kar sega izven dometa gospodinjstva in službenih obveznosti.

Intervjuvanka opozarja na to, da moški tako kot v zgodovini še vedno zaseda privilegirani položaj “ustvarjalca”, tistega, ki kreira ideje. Ena od inovatoric namreč navaja, da si moški kolegi skoraj vedno izborijo čas in prostor za ustvarjanje – npr. v popoldanskem času (ko opravijo delo v službi),



medtem ko ženske tega časa nimajo oz. si ga ne morejo vzeti, ker skrbijo za otroke.

*Moški imajo več časa ... ne ... če bi ženske imele več časa, kvalitetnega časa ne, ker se ženske po navadi morajo ukvarjat ... imajo svojo službo in imajo službo doma in enostavno zmanjka energije in časa, da bi sploh še kaj razmišljale ... (R2)*

Če strnemo dosedanje ugotovitve, ugotovimo, da govorimo o majhnem odstotku inovatorok, ker:

- inovatorstvo predstavlja "netipičen poklic" za ženske, je ozko definirano in se pogosto navezuje na tehnološko dejavnost;
- ženske so obremenjene z gospodinjskimi opravili in nego otrok, neena- komerna porazdelitev gospodinjskega dela med spoloma zavira kreativ- nost pri ženskah oz. jih omejuje na ozka področja;
- izobraževalne in druge institucije utrjujejo stereotipe, ki so še vedno pri- sotni na vseh nivojih družbenega življenja, kar se kaže v oblikah poklicne segregacije;
- ženske so v pridobivanju financ in ustvarjanju mrež manj uspešne kot moški, ker so nezaupljive do institucij.

## Sklep – vpeljava spolne perspektive skozi improvizacijo

Kljub temu da ženske v družini še vedno opravijo večino gospodinjskega dela, kot opozarjajo intervjuvanke<sup>19</sup>, kar kaže na to, da je v naši družbi še vedno močno prisoten tradicionalistični vzorec, ki določa delitev spolnih vlog, pa je treba poudariti, da je v zadnji petih ali več letih prišlo do sprememb znotraj inovacijske dejavnosti. Ko govorim o spremembah, imam v mislih načrtno vpeljevanje perspektive spola v različne segmente družbene oz. poklicnega delovanja, kar pomeni, da se s strani strokovnjakov in strokovnjakinj predstavi in ovrednoti spolno razliko kot gonilo kreativnosti in inovacije. "Spolno razliko bi morali prepoznati kot "pozitivno različnost", ki prinaša možnosti mnogoterih perspektiv" (Kveine, 2011: 50).

Zato v skandinavskih deželah organizirajo posebne tečaje za ženske – izobražujejo jih za vodstvene položaje (v industriji in drugje). Tovrstna izobraževanja so ključna za predrugačenje poklicnih vlog in omogočajo

---

<sup>19</sup> Inovatorke, s katerimi sem delala intervjue, spadajo večinoma v srednjo generacijo, torej ženske, ki so stare nad 40 let. Predpostavljam lahko, če bi imela možnost, govoriti z mlajšimi inovatorkami, bi bili odgovori glede delitve gospodinjskih, družinskih obveznosti nekoliko drugačni – mlajše generacije žensk so namreč odraščale v manj tradicionalističnih okoljih, poleg tega se je koncept družine v zadnjih petih, desetih letih pričel spreminjati – avtorica Alenka Švab govori o "pluralizmu družinskih vrednot" (Švab, 2001).

enakopravnost spolov znotraj zaposlitvene dinamike.<sup>20</sup> Treba je omeniti tudi štipendije, ki jih podeljuje fundacija Marie Curie za ženske na področju znanosti in pa mednarodni festival ženskih inovacij v Seoulu – na katerem so sodelovale tudi slovenske inovatorke, ki so za svoje delo prejele nagrade. Organizacije, ki se posvečajo ženski problematiki, festivali, nagrade in štipendije omogočajo ženskam, da realizirajo ustvarjalne ideje in svoja dela predstavijo javnosti.<sup>21</sup> S promocijo izdelka si inovatorke lahko pridobijo potencialne naročnike, kupce, sofinancerje – na tak način pa si ustvarjajo “prostor svobode”, v katerem lahko nemoteno razvijajo svoje ideje. Kot pravi inovatorka, ki je za svoje delo prejela nagrado, ta pa ji je odprla del “poklicne in ustvarjalne poti”:

*... ta reklama mi je prav prišla, ko sem dobila to zlato medaljo in sem bila potem po televiziji, ker me je potem klicalo kar nekaj ljudi, ki so hoteli sodelovati z menoj. (R1)*

Znotraj slovenskega prostora sicer primanjkuje tovrstnih nagrad in natečajev oz. festivalov, ki bi bili namenjeni izključno ženskam, po drugi strani pa lahko v zadnjih petih letih govorimo o porastu znanstvenih raziskav, ki problematizirajo položaj ženske na različnih področjih (npr. znotraj literature, likovne umetnosti in znanosti).

Sodobni raziskovalci, ki so kreativnost najpogosteje razlagali skozi inovacijske produkte, ker so ti v času modernizacije omogočali hiter tehnološki razvoj, so skozi omenjeno definicijo utrjevali relacijo med kreativnostjo, tehnologijo in inovacijo. Omenjena definicija ne odpira prostora za “žensko pozicijo”, ki zaradi specifične zgodovinske (ne)umeščenosti zahteva oblikovanje konceptov izven dominacije “moškega principa”, na kar opozarjajo tudi inovatorke v intervjujih, ki pravijo, da inovatorstvo predstavlja “netipičen poklic za ženske”. V članku sem izpostavila, da sodobne raziskave kažejo na to, da znotraj poklicev, povezanih s tehnologijo in nekaterimi naravoslovnimi znanostmi, še vedno prevladujejo moški, zato definicija kreativnosti, ki se veže na relacijo inovacija/tehnologija, ne more ustrezati ženski perspektivi. Poleg tega se z načrtno vpeljavo spolne perspektive tudi znotraj “inovacijske dejavnosti” dogajajo postopni premiki, ki bodo v prihodnosti vplivali na predruženje zgoraj omenjene relacije, česar raziskovalci, ki enačijo kreativnost z inovacijo, še ne upoštevajo.

<sup>20</sup> Poleg tega je bilo v zadnjih letih ustanovljenih kar nekaj organizacij, ki se zavzemajo za širjenje znanja o razlikah med spoloma v navezavi na inovacijsko dejavnost, npr. organizaciji Tiger in Vinnova, ki v skandinavskih deželah aktivno delujeta že tri leta (Kvein, 2011).

<sup>21</sup> Npr. slovenska inovatorka Milena Potočnik je z napravo za razbremenjevanje hrbtenice, ta je zaščiten z dvema patentoma, prejela številne nagrade in priznanja, med drugim tudi nagrado za najboljšo žensko inovatorko na 6. Mednarodnem inovacijskem sejmu, ki je potekal leta 2008 na Kitajskem.

Zato, da bi lahko umestili "žensko perspektivo", je potrebno kreativnost izenačiti s "procesom" "improvizacije", ki po mnenju Hallama in Ingolda pripada svetu, ki je v "stalnem procesu kreacije." Pojem "improvizijska kreativnost" je namreč povezan s horizontalno ravnjo, zato namesto usmerjenosti k "tehnološkemu produktu" spodbuja povezovanje idej, interakcijo med posameznikom/posameznico in okoljem. Avtorja izpostavljata dejstvo, da ljudje ustvarjamo kulturo, tako se spontano odzovemo na določene situacije, ki se nas v življenju dotaknejo - pri svojem početju pa stalno improviziramo. Na tak način delujejo tudi inovatorke/inovatorji, ki pravijo, da jih prav življenjske okoliščine silijo v to, da ustvarjajo nove ideje, z njimi pa si pogosto poskušajo poenostaviti (ali popestriti) lastno bivanje.<sup>22</sup> Četudi je pri sami inovacijski dejavnosti izrednega pomena sam produkt kot manifestacija izida, kot sem pokazala tudi z analizo intervjujev, znotraj katerih sem izpostavila dileme, ki se porajajo ob vzpostavljanju mrež in trženju samega produkta, pa je inovacijska dejavnost kreativen proces, ki se udejanja skozi akt improvizacije oz. skozi preizkušanje novih situacij.

Da bi ženske imele toliko čas kot moški za "preizkušanje novih situacij" v kreativnem procesu, je treba spremeniti konvencionalno dinamiko spolnih vlog. Kar pomeni, da je treba "improvizirati" znotraj medosebnih odnosov - izumljati nove vzorce in sheme komunikacije. V intimnih, partnerskih odnosih se namreč drug z drugim združujemo skozi različne mnogoznačne pomene, ki so povezani z ustvarjalnostjo in niso vselej osredotočeni na tradicionalno delitev spolov in spolnih vlog<sup>23</sup>. Kreativna improvizacija oz. način "kreativnega improviziranja" torej določa osebno raven delovanja - razumemo jo lahko kot proces, ki ustvarja nove povezave med različnimi spolnimi entitetami. Prav koncepti, ki so vezani na "gibanje" oziroma na proces, pa odpirajo prostor za oblikovanje spolnih vlog v obliki "odprtih modelov", ki se nahajajo izven strogo začrtanih dualističnih percepciji, znotraj katerih je "ženskost" determinirana skozi biologijo. "Če subjektivnosti ne bi več naslavljali z binarnimi ali dualističnimi izrazi in če je ne bi več zvajali na kombinacijo miselnega ali konceptualnega z materialnimi ali fizičnimi prvinami oziroma če ne bi bila več harmonična, poenotena kohezija duha in telesa, potem bi morda lahko razvili in raziskali drugačne načine razumevanja telesnosti, seksualnosti in razlik med spoloma" (Grosz, 2008: 17).

---

<sup>22</sup> *Ena od intervjuvank je dejala, da se ji je njena ideja za snovanje naprstnih, vzorčnih igrač za otroke, porodila tako, da je v trenutku, ko je bila sama z otrokom in je morala zraven še delati na projektu, začela razmišljati, kako bi zamotila otroka.*

<sup>23</sup> *Solomon pravi, da ljudje, ki so preveč ujeti v določujoče spolne vloge (znotraj osebnih, intimnih odnosov), postanejo slej kot prej nekretni in se spremenijo v "razočarane in zdolgočasene ljubimce in ljubimke" (Adam, 2009: 174).*

## LITERATURA:

- Adam, A. (2009): *Evridika in Orfej: Od zrcalne k mnogoteri ljubezni*. Ljubljana: Založba Sofija.
- Berdavs, J. (2011): Viri financiranja za samostojne inovatorje. V: *Kako do učinkovitega izkoristka izumov samostojnih inovatorjev? Finančni, pravni in drugi aktualni vidiki ekonomskega izkoriščanja izumov v praksi*. Ljubljana: Založba Irsa.
- Boden, M. (2004): *The creative mind: myths and mechanisms*. London: Routledge.
- Braidotti, R. (2002): *Metamorphoses: Towards a Materialist Theory of Becoming*. Malden: Polity Press, Cambridge.
- Christin de Pizan (1999): *Knjiga o mestu dam*. Ljubljana: Delta.
- Daston, L. in K. Park (2001): *Wonders and the Order of Nature*. New York: Zone Books.
- Funke, L. (2009): Psychology of creativity. V: *Milieus of Creativity*, Vol. 2 Meusbürger, Peter; Funke, Joachim; Wunder, Edgar (Eds.) VIII, 300 p.
- Grosz, E. (2008): *Neulovljiva telesa: H korporealnemu feminizmu*. Ljubljana: Zavod Emanat.
- Hafner, A. (2011): Mi, garažni izumitelji. V: *Kako do učinkovitega izkoristka izumov samostojnih inovatorjev? Finančni, pravni in drugi aktualni vidiki ekonomskega izkoriščanja izumov v praksi*. Ljubljana: Založba Irsa.
- Hallam, E. in T. Ingold (2007): *Creativity and Cultural Improvisation*. New York: Berg.
- Hirs, E. in S. Macdonald (2007): Introduction. V Ingold T. in E. Hallam (ur.), *Creativity and Cultural Improvisation*, New York: Berg.
- Hoeveler Long, D. (2007): *Women's Literary Creativity and the Female Body*. England: Palgrave Macmillan.
- Ivančič, A., D. Podmenik, A. Adam, A. Hafner (2012): Independent inovators, social capital and support of the national/regional innovation system - a case of Slovenia. V Adam, F., Westlund, H. (ur.), *Innovation in Socio-Cultural context*. London: Routledge.
- Jogan, M. (2001): *Seksizem v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Znanstvena knjižnica Fakultete za družbene vede.
- Kavaler, Adler (1996): *The creative mystique - From Red Shoes Frenzy to Love and Creativity*. London: Routledge.
- Kvein, J. (2011): *Innovation and Gender*. Sweden: Edita Vastra Aros AB.
- Lažnjak, J., Ž. Šorer in J. Švarc (2011): *Women in Science, Commercialization - Looking for Gender Differences, Gender, Technology and Development*. Asian Institut of technology.
- Liep, J. (2001): *Locating cultural creativity*. London: Pluto Press.
- Makarovič, J. (2004): *Antropologija ustvarjalnosti*. Ljubljana: Nova Revija.
- Mausburgen, Peter (2009): Interdisciplinary approach. V *Milieus of Creativity: Knowledge and Space*, Vol. 2, Meusbürger, Peter, Joachim Funke, Edgar Wunder (Eds.) VIII, 300 p.
- Nochlin, L. (2004): "Why Have There Been No Great Women Artists?" *Revija za likovno umetnost* 69/70: 2-15.
- Švab, A. (2001): *Družina: Od Modernosti k Postmodernosti*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

- Volkman, T. A. (1994): "Our Garden Is the Sea: Contingency and Improvisation in Mandar Women's Work", št. 3, *American Ethnologist*.
- Whatmough, A. (2011): Pravni vidiki zaščite izumov, pasti in napotki za zaščito izuma v praksi. V: Kako do učinkovitega izkoristka izumov samostojnih inovatorjev? Finančni, pravni in drugi aktualni vidiki ekonomskega izkoriščanja izumov v praksi. Ljubljana: Založba Irsa.
- Young, B. (2010): *Gender Knowledge and Knowledge Networks in International Political Economy*. Germany: Nomos, Baden.