

RhetoricaScandinavica

Online, vol 28 / 2024


**Tema:
Nyskabende retorik**

Tidskrift för skandinavisk retorikforskning
Nr. 89 – 2024

Abstract

RhetoricaScandinavica, ISBN 2002-7974

No 89, 2024, pp 103-119, Publisher: Retorikförlaget AB

 <https://www.doi.org/10.52610/rhs.v28i29.317>

Author Iben Brinch , University of South-Eastern Norway

 <https://orcid.org/0000-0002-1745-2025>

Title Creativity – a fifth dimension of ethos?. [Kreativitet – en femte etosdimensjon?]

Abstract About two decades ago some rhetoricians started paying attention to authenticity as a fourth dimension of ethos, in addition to Aristotle’s three dimensions: *phronesis*, *areté* and *eunoia*. In this article, the existence of a fifth dimension is considered: creativity. Where would such a dimension come from and what would it have to say for rhetorical criticism and the production of rhetorical discourse? An argument suggested in the article is that creativity as a separate dimension of ethos would clarify interpretations of ethos in the context of late modernity. This argument resonates with ideas put forward by the German cultural sociologist Andreas Reckwitz about late modernity in the Western world as a “society of singularities” (2020a) based on the “invention of creativity” (2017). The article ends with the suggestion that the creativity dimension consists of five qualities where differences (or *différance*) are practiced creating creative character or novelty.

Keywords Ethos, creativity, authenticity, late modernity, praxis/practice, culture

*Iben Brinch er førsteamanuensis i tekst og retorikk ved Universitetet i Sørøst-Norge.
0000-0002-1745-2025 / nn@xx.no*

Iben Brinch:

Kreativitet – en femte etosdimensjon?

Kan kreativitet forstås som en særskilt dimensjon ved etos? I artikkelen argumenteres det for at det særlig i en senmoderne kontekst kan tilføre klarhet i undersøkelser av etos hvis kreativitet legges under lupen som en egen dimensjon. Artikkelen tar følge med den tyske kultursosiologen Andreas Reckwitz i hans diagnostisering av senmoderniteten i Vesten som en kultur preget av "det singulære" (2019, 2021) hvilende på "oppfinnelsen av kreativitet" som en bærende samfunnsverdi (2020a). I artikkelen følges også et spor lenger tilbake, nemlig til renessansehumanismen. Her finner vi måter å etablere etos på som bidro til å legge grunnen for den moderne retorikkens praktisering av kreativitet i omgang med tekster og retorisk diskurs. Artikkelen setter avslutningsvis opp en liste med fem kvaliteter som representerer en etospraksis der "forskjeller" (eller *différance*) utprøves for å skape noe nytt og bemerkelsesverdig eller for at retor skal fremstå som kreativt nyskapende.

Aristoteles fremla tre dimensjoner av etos: den sunne fornuften (*phronesis*) og moralske karakteren (*areté*) som taleren uttrykte gjennom talen, samt den velviljen (*eunoia*) som han viste publikum (Aristoteles, 2006). Etos er i denne betydningen en tillitsskapende relasjon som retor etablerer med publikum i og med det talte eller skrevne ord. Andre både greske og romerske retorikere, slik som Isokrates og Cicero, vektla avsenderens *omdømme* som avgjørende for hvordan talerens karakter ville øve innflytelse på et publikum (Sattler, 1947). Bruker vi begge teoriene samtidig når vi analyserer en tale eller skreven tekst, kan vi se for oss omdømme som et situasjonelt vilkår som omslutter den retoriske diskursen. Samtidig kan vi tilføre et tidsaspekt i og med at talen fremføres eller teksten leses, for etos skapes fortløpende (*khronos*), og vi kan vurdere timing (*kairos*), innhold og form ved å vurdere diskursen opp mot andre hendelser og retoriske handlinger. Tidsaspektet ved etos kan forstås med teorien om innledende, avledet og endelig etos (McCroskey, 2016). Men skal vi også vurdere hvordan diskursen synliggjør re-

tors etiske ståsted, må vi dertil vie oppmerksomhet til betydningen av hvilke saker det tales eller skrives om, for å få øye på proporsjonene og forbindelsene mellom dem. Selve sakens innhold, vinklingen på den og utviklingen av den bidrar som karakterskapende og troverdighetsbyggende for retor i en gitt situasjon og retorisk praksis (Brinch, 2023).

Etosbegrepet er på retorikkforskernes agenda for tiden. Igjen, kan man kanskje tilføye. For drøyt tjue år siden kom den norske retorikeren Anders Johansen (2002) med boken *Talerens troverdighet: Tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk* som hentet etosbegrepet frem og blåste liv i det med eksempler fra norsk politikk. I boken argumenterer Johansen for at troverdighet også må ses på som *autentisitet*: ”Den troverdige politiker bedrar ikke andre med vilje, vel og bra. Like avgjørende er det imidlertid at han ikke gir inntrykk av uforvarende å bedra seg selv. Den første av disse dydene heter oppriktighet, den andre heter autentisitet” (Johansen, 2002, s. 71). Autentisitet presenteres av Johansen som en dyd, og man kunne kanskje ha nøydes med å føye autentisiteten inn under *areté*. Men autentisitet har vist seg å ikke bare handle om moral; det er kvalitativt noe annet fordi det gjenspeiler retors forhold til seg selv og et forsøk på å få andre til å begripe dette selvbildet. Dermed kan man regne med autentisitet som en fjerde dimensjon ved etos – og dermed vil kreativitet bli en femte. Johansens tilnærming bygger på analyser av faktisk retorikk og vektlegger nettopp ”kulturelle betingelser” i slutten av det 20. århundre, noe som får autentisitet til å stige opp som en vektig dimensjon når publikum tilskriver en retor etos.

Dimensjonene og perspektivene på etos som her er skissert, er begrepsliggjørende abstraksjoner eller *teorier* om etos. Teorier er abstraksjoner og nødvendige forenklinger av virkeligheten, og forsøker vi å gå tilbake og se på hvorfor de ulike etosdimensjonene har blitt lagt frem, avveid og eventuelt lagt til i retorikken, så ser vi at det har skjedd i historiske og kulturelle kontekster. Etos er ikke det samme til alle tider og på alle steder. Når jeg slår et slag for å legge til kreativitet som en etosdimensjon til teorien, er det fordi jeg holder etos opp mot (alt det kunstige) lyset fra senmoderniteten. Lyset brytes annerledes enn i antikkens Hellas og i det 20. århundres medielandskap. I denne artikkelen inntar jeg et teoretisk perspektiv på etos som kulturelt fenomen ved å stille spørsmålet: På hvilke måter kan vi tenke kreativitet som en egen dimensjon ved etos i senmoderniteten? Slik former artikkelen en teoretisk refleksjon med basis i en grunnleggende forståelse av retoriske begreper som *doxologisk* forankret i epistemiske praksiser og i kulturelle og sosiale kontekster (Rosengren, 2008).

Denne artikkelen bygger på en hypotese om at vi ved å skille ut en femte etosdimensjon kalt kreativitet får et perspektiv som kan gjøre oss i stand til å forstå mer av vilkårene for retorisk utfoldelse og retoriske prosesser og kreasjoner i vår samtid. Kulturen for hva som anses som troverdig og tillitsvekkende, og vilkårene for retorisk utfoldelse har utviklet seg videre fra Johansens fortolkning. Jeg har tatt utgangspunkt i den tyske kultursosiologen og praksisteoretikeren Andreas Reckwitz’ genealogiske analyser av moderniteten og senmoderniteten (Reckwitz, 2019, 2020a, 2021). Reckwitz diagnostiserer senmoderniteten og peker ut ”oppfinnelsen

av kreativitet” som helt avgjørende for å forstå kulturens institusjoner og sosiale praksiser.¹ Jeg tar opp tråden lagt ut av Reckwitz med henblikk på å finne et kulturelt og samtidsadekvat etosbegrep som er nyansert nok for å anvendes i undersøkelser av vår tids retorikk. Kreativitetens gestalt og dens ulike sider diskuteres videre i artikkelen, og denne diskusjonen er informert av professor i psykologi og kulturforsker Vlad Glăveanu (2021, 2023). På samme måte som Reckwitz anser Glăveanu kreativitet som et sosialt og kulturelt fenomen, og, når det gjelder Vesten, et aspekt ved mennesket som er helt avgjørende å medregne for å kunne nærme seg forklaringer på hvorfor samfunnet har forandret seg og kan utvikle seg videre. Siste del av artikkelen består av et forsøk på å sette opp noen kategorier, kvaliteter eller *topoi* for å arbeide kulturelt konstitutivt med kreativitet som etosdimensjon analytisk og i produksjon av retorisk diskurs.

Kreativitetens kulturelle karakter

Andreas Reckwitz kom i 2012 med boken *Die Erfindung der Kreativität: zum Prozess Gesellschaftlicher Ästhetisierung*² og fulgte opp i 2017 med *Die Gesellschaft der Singularitäten: zum Strukturwandel der Moderne*³. Reckwitz anskueliggjør i begge bøkene hvordan forestillingen om det kreative, nyskapende og unike ser ut til å ha overtatt i det senmoderne samfunnet som en måte å valorisere kvalitet ved mennesker, institusjoner, nasjoner, ting, steder osv. Det betyr at sosiale – og dermed også retoriske – praksiser fungerer på nye måter og på bekostning av det (fremdeles tilstedeværende, men vikende) moderne samfunns verdilegging av det rasjonelle, det generelle, det universelle og det effektive. Reckwitz beskriver sin tilnærming i forordet til den engelske utgaven av *Die Erfindung der Kreativität (The Invention of Creativity)* som en genealogisk analyse i Foucaultsk forstand. Hans metodologi er dermed å gå tilbake og frem til i dag gjennom historien for å undersøke de lagene som har brakt det senmoderne (og særlig det tyske) samfunnet dit at det kreative blir en begjært, styrende kraft hos individet så vel som på tvers av ulike sosiale praksiser og institusjoner. Han kaller da også fenomenet – eller ”the enigma” (Reckwitz, 2017, s. vii) – for et ”kreativitetsdispositiv” (*creativity dispositif*) i tråd med Foucaults terminologi for det som er inkorporert i den sosiale kroppen helt ned på kapillært nivå.

Kreativitetsdispositivet blir styrende fordi det fester seg som det Reckwitz, igjen med et begrep hentet fra Foucault, kaller for en kulturell regjering eller regjeringsmentalitet (*cultural governmentality*) (Reckwitz, 2017, s. vii).⁴ Senere skriver han:

-
- 1 Det kontroversielle ved Reckwitz’ analyse er at han viser at kunstfeltet er mer avgjørende for å forstå samtiden enn det økonomiske feltet.
 - 2 Boken er oversatt til engelsk til *The Invention of Creativity* (2017) og til dansk *Kreativitetens opfindelse: om den samfundsmæssige æstetiseringsproces* (2020a).
 - 3 Boken kom på engelsk i 2020 med tittelen *The Society of Singularities* (2020b) og på dansk i 2019 med tittelen *Singularitetens samfund: om modernitetens strukturændringer*.
 - 4 I innledningen til utgivelsen av Michel Foucaults *Forelesninger om regjering og styringskunst* viser Iver B. Neumann hvordan han og andre (forgjeves) har forsøkt å skape presedens om en oversettelse av begrepet *governmentality* til det norske «regjering» (Foucault, 2002a). Jeg

”Kreativitetsdispositivet forsøker i alle sammenhænge at gjøre orienteringen mod det kreative til et universelt princip: Ethvert individ og enhver social praksis kan og skal positionere seg som kreativ producent og kreativ modtager” (Reckwitz, 2020a, s. 328). Det kreative knytter seg altså først og fremst til evnen til å frembringe noe og dermed til den som skaper (2020a, s. 24). Kreativitetsdispositivet er ikke bare et spørsmål om hvordan kreativitet spiller en rolle i den indre tankevirksomheten og ytre handlinger hos den enkelte, men også om hvordan det kreative blir en styrende kraft i det senmoderne samfunnet som helhet. Vi snakker om en ”kulturkapitalisme” som har avløst modernitetens industrielle kapitalisme, der ikke bare de unike tingene har verdi, men der våre kroppene og vårt omdømme blir kulturvarer (Reckwitz, 2019). ”I singularitetens modus lever livet ikke blot, det *kurateres*”, som Reckwitz formulerer det senere (Reckwitz, s. 2019, s. 21).

Ved å legge seg metodologisk tett opp til Foucault blir Reckwitz’ undersøkelse en opptegning av en kultur eller et tidsbilde og ikke en generell beskrivelse av hvordan mennesket fungerer til alle tider i alle kulturer. Sett igjennom et slikt prisme vil et fenomen som etos fremstå broket. For å forstå etos med alle dens dimensjoner kan vi undersøke tilblivelseshistorien og de diskursive sporene gjennom historien i lys av skiftende forståelser og tilsynekomsten av nye ideer om troverdig, retorisk diskurs og det skiftende vurderingsgrunnlaget som har blitt brukt for å bedømme retors karakter. Med et blikk for den innleirede kulturhistorien og medfølgende doxa tilbys vi et rom for kritisk å kunne forklare og forstå fortidens så vel som nåtidens måter å praktisere etos på. Med begreper hentet fra hermeneutikken, utgjør etosbegrepets dimensjoner dermed ”forventningshorisonter” og ”rom for erfaring” (Ricoeur, 2004, s. 296, mine oversettelser), dvs. ved eksempelvis å anvende etosdimensjonen *areté* ser vi etter moralske sider ved retor som dermed gir oss anledning til å erfare både fortidens og våre egne, nåtidige refleksjoner over hva vi legger i god moral. Det flerdimensjonale etosbegrepet bidrar til det vi kan kalle etosbegrepets ”vaghethet” (Blikstad-Balas, 2014), en vaghethet som imidlertid ikke bare er for det onde, men også gjør det mulig å anlegge ulike perspektiver på fenomenet det er ment å gripe. Forholdet mellom kart og terreng – begrepet etos og retorisk praksis – bør undersøkes jevnlig for at vi skal oppnå koherens i våre tolkninger av den diskursive praksisen (Foucault, 2002b/1972, s. 148). Reckwitz slår et slag for at terrenget i det senmoderne samfunnet (i.e. Tyskland/Europa/Vesten) er markant annerledes enn i moderniteten, og at det særlig er vektleggingen – eller *oppfinnelsen* – av kreativitet som utgjør endringene. Min påstand er derfor at vi må justere etosbegrepet slik at det innbefatter kreativitet som dimensjon, for å kunne analysere samtidige tekster og praktisere retorikk adekvat med samtidens verdier.

Hva er kreativitet?

Kreativitet definerer Reckwitz som ”the capacity to generate cultural and aesthetic

har likevel valgt å oversette til regjeringsmentalitet for å få tak i at det er bevisste og ubevisste tanker det handler om.

novelty” (2017, s. vii). Kreativitet vil i en slik betydning henge sammen med retorisk handlekraft som en kapasitet til å handle retorisk på måter som er kulturelt og estetisk nyskapende. Retorisk kreativitet finner vi hos retor i form av en evne til å tolke, skape eller utnytte retoriske situasjoner på kreative, estetiske og nyskapende måter.⁵ Dermed er den enkelte på den ene siden avhengig av oppøvelsen av retorisk kreativitet som evne og på den andre av et retorisk handlingsrom for denne treningen for å kunne utøve retorisk kreativitet og kuratere seg selv. Rommet for utøvelse fordrer ytringsfrihet og medier som gjør plass for estetisk utprøving og et publikum som verdsetter kreative, nyskapende og estetiske ”kreasjoner” og dens skapere.

Professor i psykologi og kulturforsker Vlad Glăveanu poengterer i en bok om kreativitetsbegrepet (2021) at kreativitet kan undersøkes for *hvem, hva, hvordan, når* og *hvor* pluss et – særlig i en retorisk sammenheng ikke uvesentlig – *hvorfor*. Kreativitet og kultur er to sider av samme sak: Kreativitet tar form innenfor en kultur (forstått som et sammenhengende system av normer, verdier og meningsbærende tegnsystemer slik som språk og tekst), og en kultur transformeres og utvikles på bakgrunn av kreative tanker og handlinger som er delt med andre. Dette gjelder i størst grad vestlig kultur, poengterer Glăveanu (2021, s. 9). Kreativitet er avhengig av kultur for å bli skapt og få en forståelig form, og kultur er avhengig av offentliggjort kreativitet for å transformere seg. Det er derfor at de som ønsker seg status quo, med fordel kan kvele kreativiteten eller blott sørge for å verdsette (anerkjenne og støtte økonomisk) særlig godt utførte imitasjoner og tradisjonelle kulturprodukter, mens de som ønsker å løse kollektive kriser som klimakrisen, må la de tusen blomster blomstre og dertil gjødsle dem iherdig.

Snakker vi om etos, knytter vi først og fremst kreativitet til retorer, det være seg individer eller kollektive avsendere som en virksomhet, en institusjon eller en protestbevegelse. Dermed har vi en individualiserende og psykologiserende tilnærming til kreativitet med henblikk på spørsmålet om *hvem*. Glăveanu antyder at det er enklere å skille ut individer og grupper og vurdere kreativitet som noe man har eller ikke har enn å vurdere kreativitet som springende ut av et miljø eller en praksis eller en kultur. Likevel er det viktig å forstå at et individ aldri arbeider alene, dvs. uten innflytelse fra sin oppvekst, sine omgivelser og tekniske oppfinnelser (Glăveanu, 2021, s. 18). Genistatus er først og fremst et spørsmål om timing og omgivelsenes mottakelse:

Every assessment of something as new, original, and useful, therefore should specify for *whom* and *when*. This doesn't mean that creativity is completely 'in the eye of the beholder', but that the quality of being creative is based on an ongoing negotiation between creators, audiences, and the creation itself. In the end, we need to consider culture in any analysis of creative products. [...] It is through cultural means, including language, that we come to understand the novel outcomes and appropriate them. This process leads not only to the

5 Jeg tolker for øvrig Vatz' kritikk (1973) av Bitzers teori om den retoriske situasjonen som sentrert rundt savnet av en tematisering av retors skapende kraft og dermed også hans kreative etos. Se Brinch 2023 for en diskusjon av skrivning som grunnlag for karakterskaping.

transformation of the old through the integration of novelty, but it also changes how we perceive the novelty itself. (Glăveanu, 2021, s. 36)

Reckwitz setter på samme vis det kreative individ inn i de praksisene som den enkelte er en del av, foruten å belyse avhengigheten kreativ praksis har av maktstrukturer, institusjoner, materialitet, teknologi og tilgang på ressurser. Kreativitet kan studeres ved å undersøke hvordan kreativitet *gjøres* og *valoriseres* i sosiale praksiser. Skal vi vurdere kreativitet i utviklingen av retorisk diskurs, må vi se dels på hvordan tekster skrives og taler fremføres, og dels på hvordan resepsjonen av tekstene foregår. Etos dekker i sin grunnbetydning et relasjonelt forhold mellom retor og publikum der gjøring og valorisering av troverdighet finner sted: Retors karakter vurderes sammen med verdien av selve teksten eller talen og kvaliteten i relasjonen mellom avsender og mottaker. Samtidig legger alle retoriske kreasjoner vilkårene for kreativiteten i produksjonen av neste ytring, i en kontinuerlig Bakhtinsk dialogisk prosess, men som nå også er en *akkumulerende* prosess. Slik inneholder kreativitetsdispositivet modernitetens fremtidsoptimisme eller forhåpning om å kunne løse kriser.

Senmodernitetens fordring om kreativitet

Kreativitetsdispositivet fordrer øvelse i og bevisstgjøring av kreativ, retorisk praksis. Det kommer, hvis Reckwitz har rett i sin diagnose av det senmoderne samfunnet, helt av seg selv som både en indre og ytre motivasjon fordi kreativitet er en styringsmentalitet. Det å markere seg som en kreativ aktør er å vise at man har verdi i et senmoderne samfunn. Snarere finner Reckwitz det urovekkende at kreativitet blir et evinnelig og ufravikelig imperativ eller krav til individet (Reckwitz, 2020a, s. 31). For den forskende retoriker så vel som for alle retorer kan det bli et problem at det totale retoriske handlingsrommet begrenses av forventningen om nyskaping og estetiserende retoriske handlinger – at den *ikke-kreative* retoriker eller retor svekker sin etos. I tillegg preges det senmoderne samfunnet av ”*ekstrem overproduksjon af kulturformater (og informationer) og en knaphed på opmærksomhed hos modtagere*” (Reckwitz, 2019, s. 216). Reckwitz skriver dog til dette: ”Det har interessant nok ikke medført ”publikums død” ... Tvertimod er publikumsrollen også blevet generaliseret nettop i kraft af billedskærmen, der fungerer som skæringspunktet med verden og ... sørger for, at subjektet hele tiden bliver placeret i en tilskuerposition” (Reckwitz, 2019, s. 218).

Det ”Ciceronske etosbegrepet” om omdømme foreskrev ”konsistens” hos en karakter over tid, særlig i individets relasjon til sitt opphav og samfunnets normer (Baumlin & Scisco, 2018, s. 204). Autentisitet for et moderne individ ses som koherens mellom uttrykt og opplevd identitet, mens kreativitetsdispositivet, derimot, bærer en etisk fordring for senmodernitetens menneske om forandring av selvet og av samfunnet. Hvorfor er dette da en *etisk* fordring? Jo, fordi det kreative er en kulturell styringsmentalitet. Hvis etikk handler om det som er forventet i det sosiale, om skikk og bruk og det som er godt for fellesskapene, da er praktisering av kreative handlinger å anse som etiske i et samfunn preget av kreativitetens dispositiv: Du

skal bidra med noe nytt til verden og bringe kulturen og samfunnet fremover. Vi kan valorisere hverandres verdi og dermed skape inkluderings- og ekskluderingspraksiser, identifikasjon og tilhørighet ved å se på den kreative kapasiteten og innsatsviljen i de kreative handlingene hos hverandre. Vi finner imidlertid også retorer som er kreative og skaper forandring i form av å finne svakheter og smutthuller eller for å trumfe en grov vits med en som er overraskende grovere. Kreativitet trenger ikke nødvendigvis en positiv kongruens; noe kan ”bare” være nytt eller innovativt, og den som utfører det, kan være kreativ uten å være god.

Det tvangsmessige ved kreativitetens dispositiv kommer Reckwitz nærmere inn på i boken *Das Ende der Illusionen. Politik, Ökonomie und Kultur in der Spätmoderne*: på engelsk *The End of Illusions* (Reckwitz, 2021). Han skriver at i den senmoderne kulturen er individet blitt lovet individuell selvtilfredsstillelse (*self-fulfillment*) nærmest som en rettighet, samtidig som den selvsamme selvtilfredsstillelsen er et fantasme ”that hardly anyone – except, perhaps, in certain exceptional moments – ever really achieves.” (Reckwitz, 2021, s. 112). Følelser og affekter har fått en sentral rolle i senmoderniteten som en positiv forventning om at vi skal lykkes med å ha det godt med oss selv, både innad (autentisk tilfredshet) og utad (sosial suksess). Kulturen er en radikal, følelsesorientert kultur, skriver Reckwitz (ibid.), men det paradoksale skjer: at vektleggingen av positive følelser

...unintentionally, systematically, and increasingly creates negative emotions: feelings of frustration and envy, rage, fear, despair, and meaninglessness. The underbelly of the positive culture of emotions is the reality of negative emotions, and while this culture refuses to acknowledge this dark side, the latter adheres to it all the more stubbornly. (...) It is no surprise then, that these negative emotions therefore seek “illegitimate” forms of expression. These are either inwardly destructive (self-destructive) and manifest themselves in the psychosomatic illnesses mentioned above or they are outwardly destructive, for instance in form of aggressive hate speech on social media, or even in acts of hatred such as shooting sprees (Reckwitz, 2021, s. 112).

I skyggen av kreativitetens dispositiv befinner altså mindreverdighet og sosial marginalisering seg, som også har sine retoriske uttrykksformer.

Forbindelse mellom autenticitet og kreativitet

Reckwitz skriver om hvordan kreativiteten kan slå over i absurde og farlige – foruten i sin natur uforutsigelige – forsøk på oppmerksomhet i individets forsøk på i det hele tatt å være noen.

...i den senmoderne semantikk om subjektivitet er kreativitet tett forbundet med de kulturelle verdier individualitet og autenticitet, således at mangel på kreativitet samtidig synes at vidne om en mangel på individualitet og autenticitet. Hvis subjektet angivelig er kreativt fra naturens hånd og selv ønsker at være det, vil dårlige eller manglende kreative prestasjoner ikke blot forhindre

det i at opnå social anerkendelse, men også stride med dets jegideal og dermed undergrave dets selvagtelse. Følgelig vil det ikke blot ramme subjektets sociale rolle, men også dets personlige identitet. (Reckwitz, 2020a, s. 332)

Når det kommer til etosdimensjoner, så peker den kultursosiologiske analysen til Reckwitz i retning av at kreativitet ikke er det samme som autentisitet, idet kreativitet ikke utelukkende handler om en koherent eller adekvat måte å uttrykke det unike selv på, men handler om å genere *det nye*.

Reckwitz anvender med andre ord autentisitetsbegrepet for å belyse selvautentisitet, men autentisitetsbegrepet omhandler mer enn dette. Den amerikanske psykologen George E. Newman har syntetisert begrepet autentisitet gjennom metastudier og eksperimenter (Newman, 2019; Newman & Smith, 2016) og argumenterer for at autentisitet skal ses på som bestående av ulike ”linser” som på tvers av fagdisipliner og blant legfolk ser ut til i praksis å bli anvendt. Newman har først og fremst forsket på *ting* og ikke mennesker – altså hvor autentisk for eksempel et maleri av Picasso eller en mexicansk matrett oppleves å være – så her snakker vi om ”historisk autentisitet” og ”kategoriautentisitet” som henholdsvis sier noe om *opprinnelse/nærhet* til aktører i tid og sted og *treffsikkerhet* når vi mener type eller sjanger (Newman, 2019, s. 614, mine oversettelser). Når det gjelder *menneskelige aktører* opererer Newman med noe han kaller ”verdiautentisitet” som handler om hvorvidt holdningene som uttrykkes, er konsistente og svarer til publikums forventninger, og i en metastudie medtas også ”selvautentisitet” som en linse som brukes til å vurdere ”eksistensiell autentisitet” og ”selvautentisering” hos mennesker (Newman & Smith, 2016, s. 614, mine oversettelser).⁶

Det er særlig de siste to linsene – verdiautentisitet og selvautentisitet – som er interessante i en diskusjon av etos, og det er den siste, selvautentisitet, som overlapper med Reckwitz og Johansens bruk av begrepet. Kanskje man kan si at verdiautentisitet viser til *areté*, fordi det handler om konsistens, mens selvautentisitet ikke omfattes av de aristoteliske dydene og derfor må skilles ut som en egen etosdimensjon. Selvautentisitet handler om det som den kanadiske filosofen og kulturteoretikeren Charles Taylor skriver om i sine arbeider. I foredraget ”Autentisitetens kilder” tar Taylor sin leser tilbake til syttenhundredtallets tanker om at mennesket har ”en moralsk sans”: Det å vurdere hva som er rett og galt gjøres ikke på bakgrunn av ”tørr beregning”, men er tvert om ”forankret i våre følelser. Moralen har, på en måte, en *indre stemme*” (Taylor, 1998, s. 39). Heri ligger hovedforskjellen mellom *areté* og (selv)autentisitet: ytre- versus indrestyrt. Taylor finner i sine undersøkelser av autentisitetens kulturhistorie frem til formuleringer hos Jean-Jacques Rousseau og skriver: ”Rousseau setter til og med navn på denne intime kontakten som man kan ha med seg selv, en kontakt som er mer fundamental enn noe moralsk synspunkt, og som er selve kilden til glede og tilfredshet. Han kaller den ”le sentiment

6 I sin oppsummering og diskusjon av to undersøkelser påpeker Newman at verdiautentisitet er den mest diffuse kategorien. Det skyldes sannsynligvis at den handler om *relasjonen* mellom aktør og publikum som ikke er like fikserte og mulige å validere som fakta om opprinnelse og validering av kateogridefinisjoner. I studien av brukeres vurdering av autentisiteten av ting er kategorien selvautentisitet ikke tatt med (Newman, 2019).

de l'existence” (Taylor, 1998, s. 41).

Videre kan man kanskje hevde at romantikkens positive verdisetting av det ekte og opprinnelige, uspolerte og rene (som også var inspirert av Rousseaus tenkning) nyanserer hva vi i senmoderniteten legger i forståelsen av et autentisk menneske. Det er også klart at autenticitet og kreativitet i stor grad overlapper når vi ser tilbake på romantikkens tankegods, særlig gjelder det forestillingen om hva en *ekte kunstner* er og hva *ekte kunst* er: Man forestilte seg at kunstneren – på samme måte som barnet, den ”enfoldige” og den ”ville” – har en særlig urkraft og en eksklusiv tilgang på en kilde til fri utfoldelse (se også Vannini & Williams, 2016). Det som *ikke* dekkes av dette kunstneridealet er evnen eller kapasiteten som skal til for å nyttiggjøre seg av det estetiske råmateriale; det som skal gjøre at man i det hele tatt kan få øye på hva som er nytt og nyskapende; det som skal gjøre en i stand til å kunne mestre formgiving slik at kreasjonen kan gi sanselige og følelsesmessige erfaringer for andre og dermed få en sosial og kulturell verdi. For å praktisere kunstnerisk autenticitet trengs *kreativitet*. Fordi kreativitet krever kunnskap om kultur og innebærer å søke det nye – i betydningen det som kan være estetisk virkningsfullt for publikum i enhver situasjon – står kreativitet som etosdimensjon tettere på *fronesis* og *eunoia* enn på *areté*. Når vi på denne måten går kultur- og idéhistorisk til verks, er det klart at autenticitet og kreativitet begge viser til subjektiveringsprosesser, men det er også tydelig at det likefullt ikke er *den samme måten* å skape troverdighet på.

Kreativitetsdispositivet kommer, ifølge Reckwitz, fra romantikkens dyrkelse av kunstneren og forestillingen om kunstens opprinnelige, frisetende kraft. Moderniteten – som kom mellom romantikken og det senmoderne, og som fremdeles har en fremtredende kulturell plass i samfunnet – førte ikke til en avvikling av sentimentalismen eller til at ”the rise of the subject” la seg igjen (Reckwitz, 2017, s. 21).⁷ Tvert imot skjedde en institusjonalisering av kunst og estetikk som sammen med spredning av en psykologisk diskurs banet veien for at individets estetiske opplevelser ble satt høyt og i forbindelse med selvets utvikling og dessuten integrert i utdanningssystemet. Autenticitetsdiskursen i alle sine variasjoner blomstret i dette klimaet, og slik er det nettopp i den romantiske tanken at autenticitet og kreativitet går hånd i hånd.

Valorisering av kreativ tekstpraksis

Mens *idealiseringsen* av den kreative kunstneren blomstret opp i romantikken, så var tanken om at kreativitet kunne oppstå hos et menneske og ikke bare var Gud forunt, allerede født i renessansen. I renessansen ble selve *valoriseringen* av det skapende individets kreativitet til. Multitalenter – det vi senere kaller for renessansemennesker – fikk utfolde seg på tvers av ulike disipliner og ble støttet økonomisk og moralsk av rike maktpersoner, bare tenk på Leonardo da Vinci. Samtidig kan man si at i motsetning til dagens skapende individ var det for renessansens utøver mye upløyd mark og dermed mye ”nytt” å kultivere. Akkumuleringen av oppdagelser,

7 I den danske utgave er kalles fenomenet ”subjektcentrering” (Reckwitz, 2020a, s. 50).

tekniske oppfinnelser og kunst skapte med tiden et fortrinn for spesialisering, som gjør at vi i dag snarere valoriserer spesialistens dybdekunnskap og idealiserer eller til og med idylliserer renessansemennesket (mens vi i praksis mener at han eller hun sprer seg for tynt). Det var også i renessansen at vi fikk en gjenfødelse av den navngitte kunstner, og dermed kunne enkelte få heltestatus. Vi fikk også en rekke nye tekstpraksiser og -sjangrer som la de første stenene på veier og stier som også nåtidens retorikere ferdes på. For å konkretisere vil jeg vise til et eksempel, nemlig han som ofte og litt for enkelt kalles ”den første moderne mannen” eller ”humanismens far,” Francesco Petrarca (1304-1374).

Petrarca drev som flere av sine samtidige med oppsøkende virksomhet for å finne antikkens tekster, og på denne måten fant han på biblioteket i Veronas katedral tre manuskript av Cicero, heriblant brevene Cicero skrev til sin livslange venn Attika. Den britiske sakprosaforfatter Sarah Bakewell skriver dette om Petrarcas funn:

The letters fascinated Petrarch: they showed a more personal side to Cicero, as an informal writer and friend who reflected on human dilemmas and emotions, and responded to political events as they arose. Petrarch was also intrigued by the overall idea of making such a collection: choosing and ordering letters to make a coherent literary work. (Bakewell, 2023, s. 23)

Petrarca var, ifølge Bakewell, åpen for den emosjonelle og personlige formen i Ciceros brev og begynte å eksperimentere med en slik måte å skrive på. Med andre ord hadde Petrarca en kreativ tilnærming til sin interesse for antikkens retoriske tekster: Han søkte, og fant, nye kilder i klostre og kirker, kopierte dem og delte dem med andre – blant dem vennen Boccaccio. Han studerte tekstenes form og lot seg inspirere av dem til å skape noe nytt. Ikke bare skrev han brev til andre som var interessert i antikkens tekster, han skrev brev til Cicero også! Petrarca bidro på denne måten til å utvikle en tekstpraksis der man bruker *skriften* til å drøfte med andre skolerte, levende eller døde, fordi man ikke bare har lest, men studert andres tekster og går i dialog med dem. I sporene etter renessansehumanistene kan man skille ut kreativitet som dimensjon ved retorisk praksis i omgang med tekster som oppsummert sett handler om

- 1) å finne frem glemte, gjemte og undervurderte tekster og underlegge dem nye perspektiver gjennom analyse og fortolkning
- 2) å forme retorisk diskurs på nye måter
- 3) å evne å uttrykke seg på overraskende vis, dvs. enten planlagt eller spontant å gripe *kairos* og skille seg ut

Denne praksisen minner om den moderne retorikkforskers tekstpraksis. Det første punktet leder tankene hen på en heuristisk kreativitet som ville komme til uttrykk i *inventio* der vi finner stadig nye retoriske objekter å studere, mens den andre er en formskapende kreativitet som kanskje heller leder i retning av retorisk stil og *dispositio* og *elocutio* i akademisk skriving, og den tredje viser til *memoria* og *actio* på konferanser. Renaissancehumanistenes skrivepraksis utviklet seg videre i essayskrivingen til både Bacon og Montaigne og la grunnstenen for utviklingen av den human-

samfunnsvitenskapelige essaysjangeren slik vi kjenner den i dag. Denne sjangeren har imidlertid trange vilkår og er dertil blandet ut med den vitenskapelige stilen som snarere kommer fra opplysningstidens naturvitenskapelige rapportsjanger. Den kreative fagstemmen som skriver estetisk og idemessig nyskapende tekster, og som bruker selve skrivingen til å tenke med, har flyttet seg ut av universitetene og blomstret opp i det vi kan kalle ”litterær sakprosa” som inkluderer sjangrer som forfatter- og kunstnerbiografier, dokumentarer, reiselitteratur, debattbøker, bøker om historiske epoker og personlig engasjerte innføringsbøker i filosofiske eller naturvitenskapelige emner.

Den amerikanske professoren i engelsk og klassiske studier Kathy Eden (2012) får frem at Petrarcas intime brevstil banet veien for en særlig skrivemåte som tillia verdi til det personlige, det ekteføyte og det intimt vennskapelige – altså det vi kan kalle for en innføyende form for selvautentisitet i tekst der brevskriveren gransker sine egne tanker. En slik stil er blant forløyperne til en selvkommuniserende og selvanalyserende tekstpraksis som vi finner igjen i dagboken og epistelen som sjanger eller som innslag i andre sjangrer, for eksempel i etnografens feltnotater der vi ser refleksive avsnitt. Innen logikken til kreativitetsdispositivet kan en slik eksponering av refleksivitet hyste to valoriseringer på samme tid, ettersom man både demonstrerer selvautentisitet og kan uttrykke seg kreativt. Kreativiteten til Petrarca var ikke isolert til nye estetiske former i brevskrivningen; hans språklige og formmessige eksperimentering med å skrive verdslige kjærlighetsdikt på italiensk (det vulgære språket!) til sin ”Laura” må telle med som nyskapende.⁸ Petrarcas estetiserende skrivepraksiser må altså regnes med sammen med hans ekstraordinære innsats for å samle nye manuskripter og bøker når vi karakteriserer Petrarca som kreativ. Petrarca er dermed ikke bare å regne som en av humanismens fedre, han er også innbegrepet av det vi senere vurderer som en kreativ, humanistisk forsker og kreativ forfatter av poesi og sakprosa.

Retorisk praktisering av kreativitet

”I take difference to be the atom of creativity” skriver Glăveanu i et kapittel om *forskjellen* som grunnleggende for kreativ praksis i antologien *Creativity – A New Vocabulary* (Glăveanu, 2023, s. 61). Han peker videre på den skapende: ”It is, once again, not difference itself that ‘creates’, but people who act on difference in ways that widen or bridge its multiple ‘gaps’, integrate them further or, indeed, continue ongoing processes of differentiation” (s. 67). Han stiller opp en rekke interferelle topoi

8 Laura var en virkelig person, men Petrarca skulle aldri få et reelt forhold til henne, noe som ikke holdt ham fra å sørge da hun døde lenge før ham. I Skandinavia fikk vi langt senere Søren Kierkegaards Regine Olsen som romsterer i bakgrunnen i Forføyerens dagbog i *Enten-Eller* (1843), og i vår samtid finner vi en høyest levende romanfigur i Karl Ove Knausgaards *Min kamp* som heter det samme som forfatterens kone. At det bare er det siste eksperimentet som har fått betegnelsen virkelighetslitteratur eller autofiksjon er et mysterium i seg selv.

der ”forskjellen” er omdreiningspunktet, og som den skapende kan boltre seg kreativt med: forskjellen *mellom meg og den andre / det andre, mellom tegn og ting, mellom hva som var, er og kommer til å bli, mellom det mulige og det umulige* og til sist *mellom hva man kan og hva man bør* (”would and should”). De nevnte topoi med forskjeller kan anvendes – og blir anvendt – i retorisk diskurs. Et godt eksempel er bruken av utopier og dystopier (i.e. *var, er, kommer til å bli*) i politisk retorikk, tenk bare på Trumps 2016-kampanje *Make America Great Again*. Vi kan imidlertid legge til noen flere ”forskjeller” til Gläveanus liste, forskjeller som har særlig relevans for kreativitet som etosdimensjon.

Den første retter lyset mot forskjellen mellom forfatterens historiske kropp og den stemmen som opptrer i teksten. Jeg skal anvende Roger D. Cherrys artikkel *Ethos Versus Persona: Self-Representation in Written Discourse* (1998) for å undersøke hva som ligger i denne forskjellen. Cherry lager et kontinuum fra ”historisk forfatter” i den ene enden og ”persona / dramatisert forteller” i den andre. I retning fra den historiske forfatter kommer først ”etos”, heretter ”implisert forfatter”, så ”persona / allvitende forteller” før vi lander i den andre enden av skalaen. For Cherry er det imidlertid aller viktigst å henlede vår oppmerksomhet på retningen *den andre veien* og dermed på at litterære og fiktive grep i fortellerinstanser *henger sammen med* etos og den historiske forteller. Cherry får hermed understreket noen av de grunnleggende innsiktene til litteraturteoretikeren og retorikeren Wayne C. Booth når det gjelder etos: at det er en viss grad av selv-representasjon i all prosa, og at fortellerinstanser med sitt janusansikt alltid ser både i retning av forfatterens historiske kropp og i retning av en kulturell, litterær persona (Cherry, 1998, s. 297). Hva betyr det for temaet vi tar opp i denne artikkelen? Jo, for det første utpeker Cherrys teori sammenhengen mellom etos som omdømme og etos som teknisk bevismiddel; for det andre får teorien frem at det det også i sakprosa og akademisk skriving er kreative og estetisk-litterære måter å skape stemme på uten at forbindelsen mellom forfatter og forteller er brutt; og til sist at nettopp arbeidet med selv-representasjon i skrift åpner et kreativt rom for å undersøke forskjellen (og likheten) mellom levd liv og livet representert i skrift. Skriften gir anledning til eksperimentering og lek med både sosiale roller og diskurs-roller, og i dette ligger en anledning til å forandre begge deler og å kombinere dem (se også Brinch, 2023).

En annen forskjell som skal kommenteres som relevant for kreativitet som etosdimensjon, er forskjellige utgaver av den skapende selv. Reckwitz understreker i sin fremlegging av det senmoderne at introspeksjon og refleksivitet blir helt sentrale aktiviteter for at individet skal kunne vurdere og valorisere sine egne muligheter for nyskaping og kreative handlinger. Slik må han eller hun til enhver tid vurdere hvordan sinnets innretning, kroppens fremtoning og personlige talenter for utøvelse av estetiske kunster kan læres, utnyttes, optimeres og eventuelt forandres. Likevel kaster kreativitet som etosdimensjon lys over det forhold at en kunstnerisk karakter ikke først og fremst skaper i autentisk forening med seg selv, men skaper med henblikk på å bli forstått og satt pris på av andre, slik Reckwitz’ begrep om kuratering viser i retning av. Derfor må *selve kreativiteten anskueliggjøres og argumenteres for*. Kreativiteten må settes inn i et personlig narrativ for at publikum skal feste tillit til

retor om at faktisk karakterutvikling har funnet sted og finner sted.

Den tredje – og i denne omgangen siste – forskjellen med særlig relevans for praktisering av etos viser til forholdet mellom retor og publikum. Kenneth Burkes teori om identifikasjon handler om å benytte seg av dette rommet persuasivt, men det krever kontinuerlig *åpenhet* for å se seg selv og den andre – en form for kreativ *innstilling* eller *tilnærming*. Identifikasjon fordrer at man kan forestille seg en annens perspektiv og samtidig evner å vurdere i hvilken grad man skiller seg fra eller ligner den andre eller det andre (en by, en karakter i en film, motivet på et bokomslag). Den retoriske diskursen kan anskueliggjøre forskjeller og likheter mellom retor og publikum, mellom retor og saken, mellom publikum og saken. Identifikasjon kan eksplisiteres av retor, og slik kan han eller hun selv fremstå ikke bare åpen, men også kreativ med sin evne og kapasitet til å få øye på og fortolke forskjellene (se også Ricoeur, 2004). Retor vil kunne anerkjennes for sin distinkte kompetanse for å få øye på og synliggjøre identifikasjonen for publikum, og kanskje for å skape sosial forandring, hvilket vil understøtte kreativetsdispositivets etiske fordring om transformasjon.

Ideen om forskjellen hos Glăveanu tar utgangspunkt i strukturalismens oppdagelse av det arbitrære forholdet mellom *signifié* og *signifiant* (betegner og betegnet). Det hadde vært interessant om Glăveanu hadde pekt i retning av Jacques Derrida og hans (ikke-)begrep ”différance”. Derrida talte om fenomenet ”différance” på en forelesning i 1968 på L’École normale supérieure i Paris. Det han kaller et ”knippe eller grafikk” (s. 98) (og ikke et ord eller et begrep) er konstruert, eller snarere dekonstruert, ved å gjøre en vri på det franske ordet ”différence”, *forskjell*, og sette inn en ikke hørbar ”a” og dermed legge til en annen betydning som fra før ligger i den latinske roten av ordet:⁹

”...å utsette, å gripe bevisst eller ubevisst til et foreløpig og forhalende mellomledd, en omvei som utsetter fullbyrdelsen eller oppfyllelsen av ”begjæret” eller ”viljen” og like gjerne effektuerer den på en måte som annullerer eller demper effekten av den.” (Derrida, 2006, s. 100).¹⁰

Dermed oppstår det noe temporal-spatialt, en form for ”elliptiske hull”: Man kan få øye på ledige ”plasser” (*topoi*) å trekke på augmentativt,¹¹ og en slik utsettelse eller omvei *kan* være estetisk nytelsesfull. Derrida påpeker at praktisering av *différance* inneholder lek og avstedkommer noe *genuint nytt*: ”Différanzen er den ikke-fulle og ikke-enkle ”opprinnelse”, forskjellenes strukturerte og differerende opprinnelse” (s. 108). *Différance* fordrer *åpenhet* i forsøket på å finne ”spor” (s. 126), noe som krever

9 Derrida får her poengtert den snart glemte forskjellen det er mellom talt og skrevet retorisk diskurs, og at det er forskjeller på hvordan man kan leke kreativt med de to modalitetene.

10 Jeg er klar over at Derrida og Foucault nå opptrer innen rammene for den samme artikkelen, og at de er kjent for sine store uoverensstemmelser. Jeg mener imidlertid ikke at det er en motsetning mellom å basere seg på en foucaultsk tilnærming til kultur og samfunnsanalyse og en derridask tilnærming til dekonstruktiv omgang med diskurs.

11 Se Pontoppidans artikkel i dette spesialnummeret.

en ”bekreftelse” av det som allerede er, men som kan lede til ”forhåpning” (s. 137). *Différance* kan muligvis oppsummeres til å være en kreativ tilnærming til skapelsesprosesser generelt, slik kreativitet er ment innen kreativitetens dispositiv, og dermed en form for kulturelt delt generell topos.

I tabellen har jeg forsøkt å liste opp fem kvaliteter ved kreativitet som etosdi-

Kvalitet ved kreativitet som etosdimensjon	Kulturell valorisering som retorisk praksis	Diskursiv bruk av ”forskjeller”
Selvautentisitetens-kreativitet	Selvoptimering, selvutvikling og identifikasjon med saken	Historisk forfatter vs. litterær forteller; sosial rolle vs. identitet; personlighetsutvikling vs. karakterfasthet
Fornylseskreativitet	Innovativ, intellektuell fleksibilitet og evne/kapasitet til å se det nye; vurdere sosiale og kulturelle posisjoner for ”elliptiske hull”	Finne det nye mot det glemte og konvensjonelle; kvantitet vs. kvalitet; sjangerhybrider og sjangerbrudd
Anerkjennelses-kreativitet	Å markere sin unike sosiale og historiske verdi; å argumentere for eksistensberettigelsen av det retoriske produktet som eksklusivt; å markere seg eksplisitt som kreativ retor eller som kreativt publikum	Begrensninger vs. muligheter; positiv vs. negativ; selvvalorisering vs. andres valorisering
Forandrings-kreativitet	Å bekrefte/avkrefte kreativitetsspositivitet; å svare på den senmoderne etiske fordring om transformasjon av samfunnet	Før, nå og fremtid; utopi og dystopi; virkelighet vs. forestilling
Estetiserings-kreativitet	Å inngå i estetiseringspraksiser, å skape estetiske erfaringer for en selv og for publikum; bruk av tid og sted, gjenstander og materialitet for å fremme opplevelser	Det bemerkelsesverdige/vakre vs. det trivielle/stygge; her og der; dennehet (tingen som pekes på) vs. hvaet (tingen som fenomen)

Tabell: Kvaliteter ved retorisk praktisering av kreativitet som etosdimensjon i senmoderniteten

mensjon som har kommet til syne gjennom artikkelen (altså er listen på ingen måte uttømmende). Jeg knytter de fem kvalitetene opp mot hvilken valorisering de utløser hos den skapende selv og hos publikum i den senmoderne kulturen gitt kreativitetens dispositiv. Dertil har jeg antydning hvilke topoi av forskjeller og elliptiske hull – eller *différance* – som man kan forvente i praktiseringen av den enkelte kvalitet.

De fem kvalitetene ved kreativitet som etosdimensjon har likhetstrekk med Burkes dramatisisme: actor, act, agency, purpose, scene, som former hjørnene i det som har blitt kalt pentaden. Så langt tilbake som i 1985 vurderte engelskprofessor og daværende direktør for Rhetoric Society of America Charles W. Kneupper at Burkes pentade først og fremst hadde blitt brukt til analyse og retorisk kritikk, men hadde potensialet til også å fungere som en heuristisk modell for skriving og for utarbeidelse av eksplisitt og implisitt argumentasjon: "Basically, the pentad provides a system of perspectives from which reality may be viewed." (Kneupper, 1985, s.306). På samme måte mener jeg at listen over kvaliteter ved kreativitet som etosdimensjon både kan fungere som en oversikt over hva en kan se etter i en retorisk analyse av kreativitet som etosdimensjon, og at listen tegner en heuristikk for det senmoderne menneske som søker å etablere kreativitet som dimensjon ved sin karakter.

Kenneth Burke lanserte begrepet "attitudes" for å belyse holdningen forut for en retorisk handling, en holdning som blir til i den sosiale tilpasningen som den enkelte gjør til andre mennesker og verden rundt seg. Det er dette aspektet som, ifølge Burke, gjør den enkelte oppmerksom på seg selv, altså i kraft av den Andre, og som over tid og med erfaring skaper *selvet* (Burke, 1969, s. 237). Slik har også Burke en sosial og kulturell forståelse av tilblivelsen av karakteren. I *A Grammar of Motives* vurderte Burke å legge til "attitudes" slik at pentaden ville bli en sextade, men, poengterer Perinbanayagam i sin bok *The Rhetoric of Emotions: A Dramatistic Exploration* (2016), "attitude" bør snarere vurderes som en *innstilling eller tilnærming* som først og fremst inkluderer følelsesmessige aspekter, og som gjelder som et grunnvilkår for alle retoriske handlinger. Kanskje er *attitude* en form for grunninnstilling for modernitetens individ, mens det å søke *différance* er en grunninnstilling for den som lever med senmodernitetens fordring om kreativitet? For å kunne si noe om en retors grunninnstilling, måtte vi utvide analysen til å gjelde flere tekster og retoriske handlinger og tolke mønstre og kollasjoner, gjentakelser og brudd. Vi måtte søke forskjellene. Et slikt perspektiv ville inkludere vurderinger av forarbeidet og etterarbeidet, tekstsjanger og struktur samt *endringer* i stil og bruk av medium samt evaluering, etterarbeid og revisjon samt tilsidesettelse av andre topoi. En slik utvidelse ville gi oss anledning til å vurdere utnyttelsen av kreative praksiser som en form for *livskunst* og ikke bare talekunst og dermed kunne åpne for bedre å forstå hvordan menneskelige karakterer utvikler seg i interaksjon med kulturen og gjennom arbeidet med retorisk diskurs slik som skriving.

Konklusjon

Utgangspunktet for denne artikkelens eksplorerende undersøkelse var en lesning av Reckwitz' diagnose av senmoderniteten som et samfunn preget av kreativitetens dispositiv. Jeg har forfulgt ideene og undersøkt om vi finner grunner for å revurdere etosbegrepet. Jeg fant at kreativiteten i en senmoderne kontekst spiller sammen med spørsmålet om autentisitet og en etisk fordring om individets utvikling og samfunnsmessig transformasjon. Dermed legges det opp til at retoren må arbeide kreativt med å skape seg selv og argumentere for hvordan og hvorfor han eller hun bør anerkjennes for sin kreative karakter og sine kreative praksiser og kreasjoner. Samtidig legges det opp til å søke det nye gjennom en bestandig jakt på *forskjeller* eller *elliptiske hull*, en streben som bringer retoren anseelse og tro på sin egen sosiale verdi fordi han eller hun får et redskap for sin kuratering av seg selv. Estetisering kommer i kjølvannet av dette: Retorer og retorikere bør evne å gjøre noe på autentiske, tiltalende og forandringsgivende måter. Eksempelet med Petrarca understøtter en idé om at humanismens omgang med tekster har vært kreativ på denne måten også før romantikkens betoning av kunstnergeniet: Retorikere har funnet tekster, utviklet diskurs og preget den med vår egen stemme, innstilling og tilstedeværelse.

Kreativitet som etosdimensjon handler ikke om mennesker med spesielle forbindelser til musene, men mennesker som svarer på senmodernitetens fordring om å gjøre en forskjell i verden ved å tenke og skape kreativt med et kontinuerlig blikk for nettopp deres unike mulighet for å gjøre det. Jeg har også nevnt baksiden der kreativitetsdispositivet fører til mørke og desperate handlinger. Artikkelen er først og fremst en teoretisk utgreiing som tar kulturelle strømninger som sin anledning til å reflektere over perspektiver på etos. Slik fungerer artikkelen som et innlegg i etosforskningen som i neste omgang naturligvis atter skal utfordres teoretisk. Men først og fremst etterlater artikkelen et stort hull som (på kreativ vis) bør fylles med empiriske undersøkelser av retoriske produkter – og hele liv – der forfattere og andre retorikere søker å etterlate et inntrykk av at de er kreative og derfor verdifulle individer. Slik kan terrenget vise seg å gi anledning til å justere det teoretiske etoskartet på nytt og legge til en ny dimensjon.

Referanser

- Aristoteles (2006). *Retorikk*. Oversatt av T. Eide. Vidarforlaget.
- Bakewell, S. (2023). *Humanly possible. Seven hundred years of humanist freethinking, enquiry and hope*. Chatto & Windus.
- Baumlin, J. S., & Scisco, P. L. (2018). Ethos and its constitutive role in organizational rhetoric. In *The Handbook of Organizational Rhetoric and Communication* (pp. 201–213). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119265771.ch14>
- Blikstad-Balas, M. (2014). Vague concepts in the educational sciences: implications for researchers. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 58(5), 528–239.
- Brinch, I. (2023). Etos i skrift, sak og sjel - tanker om skriving som karakterskaping. *Rhetorica Scandinavica* vol. 27 nr. 87, 72–88. DOI: <https://doi.org/10.52610/rhs.v27i87.119>

- Burke, K. (1969). *A grammar of motives*. University of California Press.
- Cherry, R. D. (1998). Ethos versus persona. Self-representation in written discourse. *Written Communication* Vol 5, nr. 3, 251-276. <https://doi-org.ezproxy2.usn.no/10.1177/0741088388005003001>
- Derrida, J. (2006) Différance. I J. Derrida. *Dekonstruksjon. Klassiske tekster i utvalg*. Oversatt. Innledning av K. Gundersen. Spartacus
- Eden, K. (2012). *The renaissance rediscovery of intimacy*. University of Chicago Press.
- Foucault, M. (2002a). *Forelesninger om regjering og styringskunst*. Forord ved Iver B. Neumann. Cappelen akademisk.
- Foucault, M. (2002b/1972). *Archaeology of knowledge*. Oversatt av A.M. Sheridan Smith. Routledge.
- Glăveanu, V. P. (2023). Difference. I Glăveanu, V. P., Tanggaard, L., & Wegener, C. (red.) *Creativity – a new vocabulary* (2. utg.), s. 61- 69. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-41907-2>
- Glăveanu, V. P. (2021). *Creativity. A very short introduction*. Oxford University Press.
- Johansen, A. (2002). *Talerens troverdighet: Tekniske og kulturelle betingelser for politisk retorikk*. Universitetsforlaget.
- Kneupper, C. W. (1985). The relation of agency to act in dramatism: A comment on “Burke’s act.” *College English*, 47(3), 305–308. <https://doi.org/10.2307/376784>
- Newman, G. E. (2019). The psychology of authenticity. *Review of General Psychology*, 23(1), 8–18. <https://doi.org/10.1037/gpr0000158>
- Newman, G. E., & Smith, R. K. (2016). Kinds of authenticity. *Philosophy Compass*, 11(10), 609–618. <https://doi.org/10.1111/phc3.12343>
- McCroskey, J. C. (2016). *An introduction to rhetorical communication: A western cultural perspective*. Routledge.
- Perinbanayagam, R. (2016). *The rhetoric of emotions: A dramatic exploration*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315134598>
- Reckwitz, A. (2021). *The end of illusions: Politics, economy, and culture in late modernity*. Wiley.
- Reckwitz, A. (2020b). *Society of singularities*. Polit.
- Reckwitz, A. (2020a). *Kreativitetens opfindelse: om den samfundsmæssige æstetiseringsproces*. Oversatt av Tom Havemann. Hans Reitzels Forlag.
- Reckwitz, A. (2019). *Singulariteternes samfund: om modernitetens strukturændringer*. Oversatt av Tom Havemann. Hans Reitzels Forlag.
- Reckwitz, A. (2017). *The invention of creativity: Modern society and the culture of the new*. Polity.
- Ricoeur, P. (2004). *Memory, history, forgetting*. The University of Chicago Press.
- Rosengren, M. (2008). *Doxologi: en essä om kunskap*. Retorikforlaget. <https://doi.org/10.52610/CWIZ1468>
- Sattler, W. M. (1947). Conceptions of ethos in ancient rhetoric. *Speech Monographs* Vol.14 (1-2), 55-65. <https://doi-org.ezproxy2.usn.no/10.1080/03637754709374925>
- Taylor, C. (1989). *Sources of the self: The making of the modern identity*. University Press.
- Taylor, C. (1998). *Autentisitetens etik: Vol. bok nr 33*. Cappelen akademisk forlag. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2009041404071
- Vannini, P., & Williams, J. P. (2016). *Authenticity in culture, self, and society*. Routledge.
- Vatz, R. E. (1973). The myth of the rhetorical situation. *Philosophy & Rhetoric*, 3, 154–161.