MILOŠ NEMANJIĆ

FUNKCIJE UMETNOSTI I ESTETIČKA POTREBA

Estetička potreba može da se shvati bar na dva načina: kao potreba za estetskim u svakodnevnom životu, u društvu, u radnom i porodičnom ambijentu, u urbanoj sredini, ali i kao potreba za posebnim estetičkim doživljajem koji nastaje samo pri susretu sa umetničkim delom, samo aktiviranjem jednog emocionalnog stanja u dodiru sa estetičkim predmetom koji u sebi sjedinjuje jedno izvorno emocionalno i intelektualno stanje svoga tvorca sa određenim načinom saopštavanja, sa određenim stilom i jezikom — ukratko, sa posebnom koherentnom formom.

Dimazdije, govoreći o estetičkoj sklonosti, očigledno više misli na potrebu u prvom smislu reči. Ta potreba za estetskim u svakodnevnom životu i njeno istinsko potvrđivanje trebalo bi da označe gubljenje one suprotnosti između lepote i korisnosti koja je u pojedinim periodima dosadašnje istorije bila izrazita, ali koja je karakteristična za ceo dosadašnji razvoj klasnog društva. Ova potreba mora da bude podstaknuta i održavana jedinstvom estetičkih i utilitarnih funkcija svih predmeta koji služe čoveku.

Radovan Rihta takođe naglašava taj aspekt estetičke potrebe. Proces sjedinjavanja funkcije korisnog i funkcije lepog treba da, po njemu, savlada onu predrasudu koja se rodila na početku industrijske revolucije, da su tehnika i kultura, racionalno i emocionalno, suprotni polovi. On naglašava da estetski izgled čitave veštačke sredine u kojoj čovek živi i radi, svih predmeta koji ga u toj sredini okružavaju, vrši takav uticaj na sve ljudske sposobnosti i na ljudska emocionalna stanja koji uopšte nije dovoljno uočen i ispitan.

„Uspelo čovekovo delo, očigledno, podstiče njegovo stvaralaštvo, podiže nivo subjektivnog čulnog poimanja".[1]

Ovaj proces sjedinjavanja estetskog i utilitarnog, to prodiranje estetskog u život i prožimanje svih elemenata društvene sredine, svakako je već počeo, ali konačna sinteza je još stvar budućnosti, projekat koji će se ostvariti tek kad rad počne da dobija karakter celovite kultivacije ljudskih sposobnosti. Rad koji bude dobio takve karakteristike, a to će značiti izmenu svih uslova rada počev od organizacije do ambijenta, moći će tek da se „stapa s izvorima dubokih osećajnih i estetskih emocija".[2] Do tog vremena, koje je nejednako udaljeno od današnjih delova čovečanstva, stalno će postojati manja ili veća divergencija između lepog i korisnog, između rada i uživanja, između moguće estetičke potrebe i njenog ispoljavanja i zadovoljavanja.

Različite funkcije umetnosti

Ostaje, međutim, estetička potreba u smislu težnje da se doživi jedno posebno umetničko delo, koja je sa onom prvom potrebom u velikoj meri komplementarna, ali u isto vreme i prilično autonomna, jer se pojavljuje i zadovoljava u uslovima koji su regulisani odnosom između neoformljenog estetičkog osećanja i estetičkog predmeta.

Obe te potrebe, u stvari, izražavaju onaj odnos čoveka prema svetu po kome se on najviše izdvaja od svega živog i neživog na ovoj planeti. Čovek proizvodi sav taj svoj svet, ali on proizvodi i lepotu. „Životinja oblikuje samo po mjeri i potrebi vrste kojoj ona pripada, dok čovjek znade proizvoditi prema mjeri svake vrste i znade svagdje dati predmetu inherentnu mjeru, zato čovjek oblikuje i prema zakonima ljepote".[3] Ta jedinstvena i možda najsuštinskija ljudska potreba, to isključivo njegovo svojstvo, ostajalo je, međutim, zbog društvenih uslova u kojima se pomaljalo i afirmisalo, najčešće na periferiji, na marginama života stotina hiljada ljudi. Ta potreba je u stvari ostala na nivou neostvarene mogućnosti kod svih onih ljudi u dosadašnjoj istoriji kod kojih se životna delatnost nije uzdigla iznad životinjskih funkcija. Robovi, kmetovi, proleteri — svejedno koju formu dobijala egzistencija tih ljudi — to su bili ljudi čija je potreba, kako kaže Marks, bila svedena na golo održava-

1. Radovan Rihta, *Civilizacija na raskršću* (Beograd, Treći program, Radio-Beograd, leto 1969, str. 63).

2. Radovan Rihta, *ibidem*, str. 62.

3. Karl Marx — Friedrich Engels, *Rani radovi*, Zagreb, Naprijed, 1967, str. 252.

nje života, a njihova delatnost izjednačena sa mehaničkim kretanjem. Oni nisu mogli da imaju nikakve druge potrebe osim potrebe da prežive.

Zbog toga i univerzalna estetička potreba, kao mogućnost estetičkog doživljaja umetničkog dela, mada se u manje ili više ograničenom obimu stalno ispoljava i potvrđuje, još uvek ostaje projekat budućnosti. Ona utoliko pre i utoliko više ostaje projekat budućnosti, jer se realizuje po specifičnim zakonitostima koje regulišu sintezu estetičkog osećanja i estetičkog jezika ili izraza.

Stoga je nužno u najopštijim crtama razmotriti kakva je sve bila funkcija umetnosti u društvu, jer ona nije uvek zadovoljavala samo estetičku potrebu. To istovremeno znači i razmotriti i celovitu estetičku pojavu, koja podrazumeva egzistenciju estetičkog predmeta kao sinteze izvornog estetičkog osećanja i oblika u kome je to osećanje izraženo i estetičku komunikaciju i estetički doživljaj koji iz toga proizlazi.

Žan Divinjo, govoreći o estetičkoj mistifikaciji, navodi nekoliko najvažnijih mistifikacija koje zamagljuju pogled na stvarnu funkciju umetnosti u društvu. „ Prvi od tih mitova neosporno predstavlja mit koji govori o *suštini umetnosti* i koji beskrajnu raznolikost čovekovog umetničkog izražavanja pripisuje bilo jednoj apsolutnoj mentalnoj funkciji, koja transcendira svoja posebna ispoljavanja, bilo jednoj suštini odvojenoj od bilo kakve čulne realnosti i prenesenoj na nebo čistih ideja".[4] Ovu mistifikaciju bismo mogli da nazovemo estetičkim apsolutizmom, analogno saznajnom apsolutizmu koji proces saznanja postulira kao otkrivanje transcendentnih saznajnih vrednosti. Druga estetička mistifikacija, koja je u ovom slučaju posebno interesantna, svodi se, kako kaže Divinjo, na „proizvoljne spekulacije o iskonskom poreklu umetnosti".[5] Naime, zabluda je verovati da je umetnost oduvek imala čisto estetičku funkciju. Ono što je stvarano moglo je da ima estetička svojstva, ali nije uvek imalo i pravu estetičku funkciju. Pored čisto estetičke funkcije, koja se izdvaja u novije vreme, mogu da se navedu bar još dve osnovne, u određenim istorijskim periodima dominantne funkcije umetnosti odnosno umetničkog dela: to je ritualna funkcija, koja je prvo bila magijska pa zatim religijska da bi se kasnije vezala i za druge kultove, a onda i dijakritička funkcija u klasnom, naročito staleškom društvu, gde je umetnost bila i znak raspoznavanja viših i dokonih slojeva, njihovo društveno obeležje.

4. Žan Divinjo, *Estetičke mistifikacije* (Beograd, Treći program, Radio-Beograd, leto 1969, str. 139).

5. Žan Divinjo, *ibidem*, str. 141.

U mladom klasnom društvu, kaže Fišer, uloga vrača je bila podeljena između umetnika i sveštenika. Ta povezanost između umetnosti i obreda je postupno labivila, ali se obredni elemenat funkcije umetnosti zadržao dosta dugo i tako nadživeo prvobitnu, čisto religijsku ili magijsku funkciju. „Prvobitni način uklapanja umetničkog dela u tradicijsku povezanost našao je svoj izraz u kultu. ... Posebna vrednost „pravog" umetničkog dela zasnivala se na ritualu, u kome je ono imalo svoju početnu i pravu upotrebnu vrednost".[6] Sa tim je, naravno, povezan i način prijema umetničkog dela, naime tip komunikacije koji se uspostavljao između dela i pripadnika zajednice. Estetička funkcija je bila sasvim potisnuta od kultne funkcije, jer je umetnost služila određenim oblicima društvenosti. Akcenat je stoga, kako kaže Benjamin, bio na kultnoj, a ne na izložljivoj vrednosti umetničkog dela, pri čemu ovu drugu vrednost treba shvatiti kao plan neotkrivene estetičke poruke. „Umetnička proizvodnja počinje tvorevinama koje se nalaze u službi kulta".[7] Kasnije se ova čisto kultna funkcija donekle gubi, ali na snazi dobija dijakritička funkcija.

Teško je, istina, uvek povući sasvim oštru granicu između dijakritičke i čisto estetičke funkcije umetnosti među višim slojevima društva, gde se ove dve funkcije mešaju, ali je najverovatnije da je umetnost kao obeležje društvenog položaja mogla da posluži i kao osnova za estetičku funkciju.

Društveni slojevi iz kojih će se regrutovati publika u modernom smislu reči, naime kao onaj krug ljudi koji su sposobni za estetičku komunikaciju, nastaju na određenom stupnju razvoja građanskog društva. Starija publika, ako taj izraz uopšte može da se upotrebi, predstavljala je, kako kaže Hauzer, „klasu u kojoj je umetnost vršila neposrednu funkciju u svakodnevnom životu i bila jedan od onih oblika pomoću kojih je ova klasa izražavala s jedne strane svoju izdvojenost od nižih društvenih slojeva, a s druge privrženost dvoru i vladaru".[8]

Kod nižih slojeva, međutim, teško da se može govoriti o nekom estetičkom osećanju i estetičkoj komunikaciji sa umetničkim delima. Svi doživljaji u kontaktu sa izvesnim umetničkim

6. Valter Benjamin, *Umetničko delo u epohi svoje tehničke reproduktivnosti* (Beograd, Treći program, Radio-Beograd, proleće 1969, str. 48—49).

7. Valter Benjamin, *ibidem*, str. 48—49.

8. Arnold Hauzer, *Socijalna istorija umetnosti i književnosti*, Beograd, Kultura, 1963, knj. II, str. 147.

delima koja su bila pristupačna pripadnicima tih slojeva mogu se, po mišljenju Huizinge, svesti na ispunjenost bogom ili na jednostavnu životnu radost. „Svjesno estetsko uživanje i njegov govorni izraz razvili su se tek kasnije: u 15. stoljeću čovjek još nije poznavao ni pojam umjetnički ljepog ".[9] U to doba, kaže Huizinga, crkveni sakramenti i godišnji praznici, povezani sa umetničkim manifestacijama, bili su elemenat društvene kohezije. U isto vreme umetnost je imala i jednu dekorativnu funkciju. Ona se stapala sa životom i služila mu. U srednjem veku još nije došlo do izdvajanja posebnog područja lepote. „Zadovoljenje pomoću knjige, pomoću slušanja muzike, promatranja umjetnosti ili uživanja u prirodi tada još nije bilo dostupno za pojedinca".[10]. Muzika je uglavnom bila crkvena ili dvorska, rukopisna knjiga je bila pristupačna samo malom broju obrazovanih i imućnih, a likovna umetnost i tematski i stilski je izražavala religiozna osećanja. Tek od sredine 18. veka, sa oslobađanjem individua, sa građanskom epohom koja se nalazi u svojoj uzlaznoj fazi počinje proces konstituisanja građanske publike, koja se, kako kaže Moren, zaustavila na granicama novostvorenih društvenih razlika. Međutim, i pored snažno ispoljenih estetičkih potreba i interesovanja kod tih novih slojeva, i pored pojačane estetičke komunikacije koja je bila paralelna sa intenziviranjem estetičke produkcije, zadržala se u velikoj meri i dijakritička funkcija umetnosti, a, mada u prerušenom vidu, nisu sasvim iščezli ni ostaci kultne funkcije. Bez obzira na to što je umetnost doživela ogroman polet, kapitalizam kao društveni sistem nije posebno naklonjen umetnosti. Umetnost se i za kapitalistu javila kao elemenat ulepšavanja privatnog života i isticanja svoga društvenog položaja ili kao područje u koje može da se uloži novac sa dobrim izgledima na dobit.

Zbog tog stalnog mešanja funkcija umetnosti, pri čemu su dijakritička i kultna funkcija često dominantne, dosada je samo u određenim i tačno specifikovanim uslovima moglo da se govori o čisto estetičkoj funkciji umetnosti. Proces očišćavanja umetnosti od drugih, neestetičkih funkcija tek je u stvari počeo, pa se često čini da je u pitanju skidanje same umetnosti sa nekog uzvišenog trona. Kultna i dijakritička funkcija su umetnosti davali lažni, njoj nimalo svojstven dignitet, pa se zato čini da gubljenjem tih funkcija iščezava i dignitet same umetnosti. Stoga je Fišer potpuno u pravu kada kaže da mi ne prisustvujemo rekvijemu za umetnost već promeni njenih funkcija. „Što se tu zbiva, to je

9. Johan Huizinga, *Jesen srednjeg vijeka*, Zagreb, Matica hrvatska, 1964, str. 279.

10. Johan Huizinga, *ibidem*, str. 262—263.

konzekventno posvjetovljenje umjetnosti. Istjeruje se iz nje posljednji ostatak religije. Ona ne želi više biti bogosluženje ili državna služba, hvalospjev gospodaru ili gospoji".[11] Tek tako, oslobođena tih svojih propratnih funkcija, umetnost može da se ponudi jednoj pravoj estetičkoj komunikaciji, koja zahteva estetičku potrebu i sposobnost za specifičnu estetičku komunikaciju.

Šta, dakle, treba razumeti pod estetičkom potrebom i estetičkom komunikacijom? Time dolazimo do pitanja estetičkog područja ili estetičke pojave.

Estetičko područje

Pošto je estetički problem vrlo složen i obiman, nastojaćemo da ukažemo samo na one njegove dimenzije koje su bitne za razumevanje estetičke potrebe. Estetička pojava može da se shvati, kako predlaže Dragan Jeremić, kao suma umetničkog stvaranja i doživljavanja umetničkog dela. Drugim rečima, estetička pojava obuhvata proces nastajanja estetičkog predmeta, sam estetički predmet, estetičku potrebu kao težnju za doživljavanjem estetičkog predmeta i najzad estetičku komunikaciju kao dodir sa estetičkim predmetom i njegovu simboličku transkripciju.

Nas, u ovom slučaju, pre svega zanimaju druga dva elementa estetičke pojave, estetička potreba i estetička komunikacija, koji se nalaze u određenom nužnom odnosu prema estetičkom predmetu. U stvari, estetička funkcija i proizlazi iz nužnog odnosa ova tri elementa.

Kao što u saznajnoj potrebi i saznajnoj komunikaciji dominira racionalno, a da nije lišeno ni afektivnih elemenata, tako i u estetičkoj potrebi i estetičkoj komunikaciji dominira emocionalno, a da ne potire ni racionalno. Umetnost se, po Edgaru Morenu, može shvatiti upravo kao vrsta afektivnog zadovoljenja potrebe koju praktični život ne može da zadovolji: „To je potreba da se pobegne od sebe, to jest potreba da se čovek izgubi negde drugde, da se zaboravi sopstvena granica, da se bolje učestvuje u svetu, to jest, najzad, da se pobegne od sebe da bi čovek sam sebe ponovo našao".[12] A imaginarno je ono područje gde ta potreba jedino može da se zadovolji. „Imaginarno je s one strane života, mnogoliko i mnogostrano, a ono napaja i naše živote.

11. Ernst Fišer, *Početak ili kraj umjetnosti*, Encyclopaedia moderna, 9/1969, str. 97.

12. Edgar Moren, *Film ili čovek iz mašte*, Beograd, Institut za film, 1967, str. 86.

To je beskrajno snažno previranje, koje prati ono što je aktuelno odnosno pojedinačno, ograničeno i završeno u vremenu i prostoru".[13]

Moren tako svoje estetičko shvatanje uglavnom zasniva na odnosu ljudi i imaginarnog sveta i na određenoj homologiji između realnog ljudskog sveta i tog imaginarnog sveta. „Ovaj imaginarni svet počinje da živi za čitaoca ukoliko je i sam medijum, to jest ako se i on projicira ili identifikuje sa ličnostima u određenoj situaciji, ako živi kroz njih i ako one žive u njemu".[14] Otuda procesi projekcije i identifikacije imaju osnovnu ulogu u objašnjenju komunikacije između ova dva sveta, imaginarnog i realnog. U procesu projekcije mi „pridajemo nekoj osobi koju upravo prosuđujemo naše sopstvene karakterne crte i težnje", a „identifikacija sjedinjava okolinu u sebi i afektivno je vezuje ".[15]

Ovo zasnivanje estetičke potrebe i komunikacije na afektivnom razumljivo je, ali ako se ne dopuni još nekim elementima, ostaje prilično jednostrano. Pre svega, svaka emocija nije i estetičko osećanje. Estetičko osećanje se u aktu estetičke komunikaciju aktivira samo simboličkom transkripcijom estetičkog predmeta. Dakle, pored dispozicije za estetički doživljaj, koja predstavlja neoformljeno estetičko osećanje, potreban je susret sa estetičkim predmetom, pri čemu je vrsta estetičke komunikacije posredovana strukturom samog umetničkog dela. Neophodno je stoga uzeti u obzir i raznovrsnost osnovnih grupa estetičkih predmeta, naime razliku između pojedinih vrsta umetnosti. Morenova razmatranja imaginarnog i uloge projekcije i identifikacije polaze samo od jednog dela umetničkog univerzuma. Ona u stvari pre svega polaze od književnosti, pozorišta i filma, dakle od umetničkih oblasti u kojima se pojavljuju ličnosti, likovi, karakteri, a zanemaruju muziku i plastične umetnosti. Estetička komunikacija sa muzičkim i likovnim estetičkim predmetom, međutim, zasniva se na nešto drugačijim principima.

Ono što omogućava estetičku komunikaciju to je značenjska struktura umetničkog dela, a ona ne može da se svede samo na projekciju i identifikaciju. Ima čak teoretičara koji smatraju da su muzika i likovne umetnosti lišene semiotičkih funkcija, kako kaže Kloskovska. Hanslik je, na primer, zastupao mišljenje da muzika ne izražava određena osećanja, stanja, ideje ili raspoloženja. Muzika se na taj način svodi na

13. Edgar Moren, *Duh vremena*, Beograd, Kultura, 1967, str. 101.

14. Edgar Moren, *ibidem*, str. 99.

15. Edgar Moren, *Film ili čovek iz mašte*, str. 66—67.

strogo formalizovan sistem znakova koji je sam sebi cilj. Postoje, međutim, i gledišta po kojima se i muzika uključuje u jedan semiotički tok, po kojima i ona ima svoju ukupnost značenja, koja dopušta identifikaciju određenih osećanja i raspoloženja. Najzad, umereniji, kao Difren, smatraju da se umetnost „odlikuje nedostatkom ili kolebljivošću koda, zbog čega poruke vršene u okviru te vrste sistema, mogu da budu nejasne".[16] Preovlađuje ipak mišljenje da sve umetnosti imaju simbolički karakter i da prenose određena značenja, ali da „semantičke funkcije moraju da budu vezane sa samom strukturom dela i moraju da se realizuju i u imanentnom kontaktu s tim delom, nezavisno od pratećih, pobočnih preživljavanja".[17] U stvari, po mišljenju Kloskovske, otpada svaka dilema o asimboličkom odnosno simboličkom karakteru umetnosti ukoliko se prihvati princip da su forma i sadržina umetničkog dela nerazdvojni. Može jedino da se kaže da je, ukoliko je stepen formalizacije neke umetnosti veći, utoliko teže izvršiti simboličku transkripciju i da je utoliko veća mogućnost javljanja uzgrednih emocija.

Mada Marks nigde nije izložio celovitije shvatanje estetike i estetičke pojave, postoje neka mesta koja su solidna osnova za razumevanje odnosa koji razmatramo, naime odnosa između učesnika u estetičkoj komunikaciji i estetičkog predmeta. Jedno od tih mesta je i sledeće: „Ako čovjekovi osjeti, strasti itd. nisu samo antropološka određenja u užem smislu, nego istinski ontološko potvrđivanje bića (prirode), i ako se oni zbiljski potvrđuju samo na taj način da je njihov predmet za njih osjetilan, onda se razumije, 1. da način njihova potvrđivanja nije jedan i sasvim isti, nego, naprotiv, da različiti načini potvrđivanja čine svojevrsnost njihova postojanja, njihova života; način kako predmet postoji za njih, svojevrstan je način njihova užitka".[18]

Šta može da znači to da ljudska čula i emocije nisu jednostavna antropološka određenja? To može da se interpretira tako da je karakter ljudske čulnosti i emocionalnosti, pored toga što ima svoju antropološku osnovu, posredovan i vrstom i karakterom predmeta koji je u pitanju. Prevedeno na plan estetičkih razmatranja, može da se kaže da estetički predmet i unutrašnja organizacija njegovih elemenata u velikoj meri određuju kvalitet i intenzitet estetičkog doživljaja.

16. Antonjina Kloskovska, *Semiotički kriterijum kulture* (Beograd, Treći program, Radio-Beograd, leto 1969, str. 126).

17. Antonjina Kloskovska, *ibidem*, str. 128

18. Karl Marx — Friedrich Engels, *Rani radovi*, str. 307.

Na taj momenat je jedno vreme bila nedovoljno obraćena pažnja, pa se javila čitava struja koja naglašava prevashodnu važnost strukture umetničkog dela. „Jedini sadržaj koji nešto znači jeste izvjestan način na koji se čovjek stavlja u vezu sa svijetom i riješava taj svoj stav na planu struktura, načinom oblikovanja".[19] Mada jednostran u svojoj isključivosti, ovaj stav daje povoda, kao i Marksovo shvatanje čulnosti i emocionalnosti, da se u obzir uzmu oba elementa: i nedefinisano estetičko osećanje i estetički predmet, jer su oni komplementarni. Samo tako iščezava još jedna estetička mistifikacija, naime ona mistifikacija koja, kako kaže Divinjo, sadrži ideju da je svaka umetnost potčinjena stvarnosti ili prirodi. Umetničko delo ima svoju posebnu egzistenciju koja se razlikuje od svega što postoji u prirodi. Uvek je reč o „prirodi koja je dvostruko transponovana, prvi put ju je transponovalo društvo, a drugi put jedan stvaralac".[20] U procesu estetičke komunikacije nije, prema tome, bitno da se prepoznaju priroda i prirodni elementi, jer je to obično površinski sloj, već da se otkrije unutrašnja struktura estetičkog predmeta, struktura sa svojim određenim značenjem, koje može da izazove estetički emocionalni doživljaj.

Dakle, *ako se proširi estetičko područje, na kome emocionalno obojeni sadržaji igraju izvanredno važnu ulogu, mora da se konstatuje da je to područje raznovrsnih, ali organizovanih čulnih doživljaja, koji nastaju posredstvom različitih estetičkih predmeta.* Prema gledištu De Vita Parkera, estetička pojava ima tri osnovna elementa: »1. zadovoljstvo koje donosi uobrazilja onoga koji prima, 2. društveno značenje sadržaja i 3. unutrašnji sklad dela«.[21] Analizirajući ovaj stav, Moravski izvodi nekoliko vrlo relevantnih zaključaka. Pre svega, umetničko delo uvek podrazumeva određenu tehniku kojom se savlađuje prvobitni haos utisaka ili neodređenost materije u kojoj se umetničko delo ostvaruje. »Svaki umjetnički izraz pretpostavlja neki tehnički postupak, svaka je umjetnost povezana s nekom napravom, s nekom tehničkom alatskom spravom, bez obzira je li instrument s kojim se umjetnik služi kist ili filmska kamera, igla za crtanje na bakru ili tkački stan. Ta posrednost pripada biti umjetničkog prikazivanja i nerazdvojivo je povezana s pretvaranjem duhovnih sadržaja u oblike koji djeluju na osjetila[22]«. Tek na osnovu umetničkog

19. Umberto Eko, *Otvoreno djelo*, Sarajevo, »Veselin Masleša«, 1965, str. 26.

20. Žan Divinjo, *Estetičke mistifikacije*, str. 144.

21. Stefan Morawski, *O umetničkoj vrednosti*, Filozofija, 3—4/1968, str. 177.

22. Arnold Hauzer, *Filozofija povijesti umjetnosti*, Zagreb, Matica hrvatska, 1963, str. 234.

postupka i rezultata koji iz tog proizlazi stvara se »posebna struktura osećajno datih svojstava, koja gradi nešto što je i sastavljeno i zatvoreno, celinu«[23]. U proces estetičke komunikacije onda ulazi ova „posebna struktura osećajno datih svojstava".

Pošto će se dalje izlaganje uglavnom odnositi na onaj deo umetničkog univerzuma koji obuhvata književnost, pozorište i film, treba reći da na ovom području vlada poseban strukturalni poredak. Kad je, naime, reč o književnosti, koja je umetnost jezika, posebna struktura se gradi pomoću nesvakidašnje upotrebe jezika. U svim umetnostima zasnovanim, u stvari, na jezičkom izražavanju, mi se srećemo sa tzv. poetskim jezikom koji nije jezik deskripcije, jezik prvoga plana. Između običnog ili kako ga neki nazivaju referencijalnog jezika, i poetskog jezika postoji i emotivni jezik. „Emotivna upotreba iskorišćava moć evokacije, sa strane simbola, sentimenata, stavova, intencija"[24]. Ova upotreba, međutim, ne može sasvim da se izjednači sa estetičkom ili poetskom upotrebom. Poetska upotreba jezika uvek podrazumeva stavljanje posebnog naglaska na poruku ili na ukupnost komunikativnih znakova. Estetička upotreba jezika, prema tome, uvek prevazilazi običnu jezičku komunikaciju. Međutim, zbog korišćenja formalno istih spojeva, poetski jezik često izgleda prozirniji nego što to u stvari jeste. To je obično samo onaj površinski sloj ispod koga ostaje ona ukupnost komunikativnih znakova, u stvari sama poruka. Prema tome, izvorna emocija ili ideja koja je izražena poetskim jezikom može da bude komunikabilna samo pod uslovom da se otkriju osnovne dimenzije poruke. To ne znači da je i moguće i potrebno apsolutno prepoznavanje izvorne emocije ili ideje, a ponajmanje da je nužno da ta izvorna emocija ili ideja odgovara u potpunosti emociji ili ideji učesnika u estetičkoj komunikaciji. »Svako umjetničko djelo predstavlja se kao predmet za jednu beskrajnu degustaciju. Za umjetničko djelo je tipično da se ono postavlja kao neiscrpan izvor iskustva, koja, osvjetljavajući ga izazivaju pomaljanje njegovih uvek novih vidova«[25].

Postoje, međutim. i drukčija gledišta o prirodi estetičke komunikacije. Može se u stvari reći da vladaju dva oblika estetičke komunikacije, koji su zavisni i od prirode estetičkog predmeta i od društvenog položaja učesnika u estetičkoj komunikaciji. Ova dva oblika se u estetičkoj teoriji

23. Stefan Morawski, *O umetničkoj vrednosti*, str. 178.

24. Umberto Eko, *Otvoreno djelo*, str. 69.

25. Umberto Eko, *ibidem*, str. 63.

polarizuju kao plan otvorenog umetničkog dela i kao plan zatvorenog umetničkog dela. U estetičkoj komunikaciji na planu zatvorenog umetničkog dela učesnik nastoji da prepozna svoja emocionalna stanja ili da nađe kompenzaciju za neke svoje neostvarene težnje ili za neka potisnuta osećanja. Umetnost se u tom tipu estetičke komunikacije javlja u funkciji zamene za neostvareni život i tako opet izneverava svoju pravu estetičku funkciju. Na planu otvorenog dela učesnik u estetičkoj komunikaciji, prepoznajući odgovarajuća emocionalna stanja i ideje, uspeva da se od njih donekle distancira, da zauzme i intelektualni stav, da to delo dopunjava, da ga nadograđuje. Otvoreno umetničko delo zahteva aktivnog učesnika u estetičkoj komunikaciji. Publika, kaže Fišer, imajući najverovatnije na umu baš ove učesnike, mora da sazna da umetničko delo nije surogat za nečiji život. »Ono je učinjeno da budeš potaknut na surazmišljanje, sudjelovanje, to je izrađena mogućnost koja ima alternativa, koja te potiče na kritiku, koja te provocira na protivljenje«.[26] Breht takođe — zamenjujući samo izraze, tako da pod zatvorenim delom razume ono što se ovde razume kao otvoreno delo — smatra da gledalac ne treba da učestvuje u delu već da treba da se nalazi potpuno izvan njega. Postoji, po njemu, jedan tip učešća, »koje više nije identifikacija sa ličnošću, već, obrnuto, stav intelektualnog razumevanja situacije i objašnjenja situacije na intelektualnom nivou, bez ikakvog sentimentalnog učešća, to jest ikakve projekcije i identifikacije«[27].

Ova preterana intelektualizacija umetnosti svakako je reakcija na jednu kompenzatorsku funkciju umetnosti u građanskom društvu, na umetnost koja najviše računa sa nesvesnim, sa neživljenim osećanjima i potisnutim nagonima, ali i reakcija na one učesnike u estetičkoj komunikaciji koji u ovu komunikaciju prenose svoju društvenu izolovanost, pasivnost i potisnutost. Breht, u stvari, kako kaže Sangvineti, ustaje protiv sentimentalne ili praktične otvorenosti. Taj tip otvorenosti je tradicionalan ili građanski. Ta otvorenost se zasniva na identifikaciji i projekciji. Uloga nesvesnog je tu dominantna. Hauzer ovu sentimentalističku i kompenzatorsku funkciju prepoznaje i u tokovima popularne umetnosti. Bolje reći, u to se uklapaju vulgarizovani tokovi masovne kulture, u kojima je umetnička poruka pre svega doživela svoje uprošćavanje i svoju neadekvatnu aktualizaciju. To je tok kojim struji sentimentalizam kao surogat za nedoživljeni život.

26. Ernst Fišer, *Početak ili kraj umjetnosti*, str. 98.

27. Edoardo Sanguineti, *Sociologie de l'avant-garde* (Littérature et société, Edition de l'Institut de Sociologe Université Libre de Bruxelles, 1967, pp. 15—16).

»Zadovoljstvu i uživanju u dirljivim zgodama i melodramskim situacijama podaje se najviše ona generacija kojoj nije dano da slobodno razvija svoj osećajni život. Sentimentalizam je potisnuti sentiment. Osjećanje koje ne nalazi mjesta u životu društva postaje, kao nešto što čovjek sebi ionako ne može priuštiti, prenapeto, precijenjeno, u idealno i irealno uzdignuto«[28]. Međutim, izjašnjavati se za prevazilaženje ovog, društveno-istorijski uslovljenog, tipa estetičke komunikacije, ne znači očekivati da se u umetnosti izbriše svaka granica između realnosti i mašte ili da se umetnost pretvori u hermetički zatvoren sistem simboličkih značenja. Umetnost će uvek prevazilaziti stvarnost. Ni najracionalnije uređeno društvo, ni svest uzdignuta na nivo samosvesti neće moći da zamene maštu kao fantastičnu kombinaciju postojećih elemenata nečim novim, nepoznatim. Još tačnije, ljudska stvarnost podrazumeva celovitost u kojoj i tvorevine mašte nalaze svoje mesto. »Cela stvarnost je skup svih veza između subjekta i objekta, ne samo u prošlosti nego i u budućnosti, ne samo događaja nego i ličnih iskustava, snova, predviđanja, emocija i fantazije. Umetničko delo sjedinjuje stvarnost s maštom«[29]. Prema tome, ono što treba da bude prevaziđeno jeste samo jedna sporedna funkcija umetnosti, funkcija čiste zamene, funkcija nadoknađivanja za promašenost ljudi u jednom otuđenom svetu. To što se dešava u estetičkoj komunikaciji na planu zatvorenog dela i nije estetički doživljaj, već samosažaljevanje i samoobmanjivanje. »Stoga i optimizam i pesimizam masovne publike ima iluzionističko-romantički karakter, pa žalost zbog onoga što je u životu u nepovrat propušteno ili proigrano postaje i bogat izvor suza prolivenih u kinematografima i tiha nada da ipak nije još sve izgubljeno«[30]. Estetička komunikacija oslobođena ove svoje iluzionističke komponente postaje onda radost otkrivanja novih svetova mašte, ali podrazumeva izvesnu distancu, izvesnu ravnotežu između učesnika komunikacije i estetičkog predmeta i njegove poruke. Samo tako učesnik u estetičkoj komunikaciji zadržava svest o sebi, o svom identitetu i svojoj celovitosti. Umetnost mora da bude uravnoteženje između emocionalnog i racionalnog. To nije područje koje treba da bude poplavljeno emocionalnošću koja se izliva preko granica realnog života, ali ne treba da bude ni područje čiste racionalnosti. Kao racionalno i emocionalno biće, čovek u umetnosti mora da otkriva prisustvo obe ove komponente. »Umetnički sadržaj je nerazdvojno

28. Arnold Hauzer, *Filozofija povijesti umjetnosti*, str. 241—242.

29. Ernst Fišer, *O potrebi umetnosti*, Beograd—Subotica, Minerva, 1966, str. 118.

30. Arnold Hauzer, *Filozofija povijesti umjetnosti*, str. 243.

i saznajan i emocionalan istovremeno... Savršena su ona dela koja sjedinjuju u punom međusobnom skladu veliku ideju, toplu emocionalnost i bogatu formalnu izražajnost«.[31]

Promena tipa estetičke komunikacije, međutim, ne postiže se samo promenom karaktera umetničkog dela, već i promenom društvenog položaja učesnika u estetičkoj komunikaciji. Time se istovremeno dolazi i do problema publike.

Publika i estetička komunikacija

Kako god još definisali publiku, ona je uvek manje ili više ograničena skupina koja na ovaj ili onaj način učestvuje u procesu estetičke komunikacije. Konstituisanje i diferenciranje publike se vrši i s obzirom na društvenu stratifikaciju i s obzirom na razgranatost estetičkog područja, naime s obzirom na raznovrsnost estetičkih predmeta. Publika, međutim, ne obuhvata samo istinske učesnike u estetičkoj komunikaciji, već ima i svoj marginalni deo koji je sastavljen od onih pripadnika pojedinih društvenih slojeva za koje umetnost ima dijakritičku ili neku drugu vanestetičku funkciju. Nivo razvijenosti estetičke potrebe u jednom društvu meri se svakako brojem učesnika u istinskoj estetičkoj komunikaciji, dok prevaga marginalnih delova u okviru publike svedoči o pomeranju funkcija umetnosti. Ovaj odnos je svakako društveno-istorijski uslovljen, jer je i sama publika jedna istorijska kategorija nastala u onom trenutku kada je došlo do razdvajanja umetnika i uživaoca-laika. Kao takva kategorija, ona se menjala i dobijala odgovarajuće oblike prema društvenim uslovima u kojima se razvijala i prema društvenim slojevima iz kojih se regrutovala.

Publika antičke tragedije, rimskih cirkuskih igara, Šekspirovog pozorišta i današnjih pozorišnih i bioskopskih predstava svakako nije ista kategorija. Misleći na publiku grčke tragedije, Hauzer kaže: »Ona se u najboljem slučaju sastoji od svih slobodnih građana i po svom sastavu nije mnogo demokratičnija od klasa koje upravljaju gradskom državom«[32]. Pozorišni gledaoci Šekspirova doba bili su već daleko heterogenija skupina, koja je obuhvatala pripadnike skoro svih društvenih slojeva.

Moderna publika je skupina koja se u stvari javila u građanskom društvu. Ona se sastoji od slobodnih pojedinaca koji počinju da učestvuju u

31. Dragan Jeremić, *Estetički fragmenti*, Savremenik, mart 1957, str. 276—77.

32. Arnold Hauzer, *Socijalna istorija umetnosti i književnosti*, knj. I, str. 81—82.

estetičkoj komunikaciji, mada često izražava i dijakritički karakter te komunikacije. Za razliku od starije publike, koja je pripadala ranijoj društvenoj strukturi, srednjem veku i plemstvu, ta nova publika, u stvari građanska publika 18. veka, »razvila se u publiku amatera sa estetskim interesovanjima, za koju je umetnost postala predmet slobodnog izbora i promenljivih sklonosti«[33]. Upravo tada nastaju književni saloni, javna koncertna društva i grupe poklonika likovne umetnosti. Naime, književni i muzički život se emancipuju od ranijih formi zavisnosti, od pokroviteljstva, jer se intenzivira jedna estetička komunikacija koja daje poleta i književnoj i muzičkoj proizvodnji. Zbog toga Hauzer publiku, između ostalog, smatra onom skupinom koja donekle obezbeđuje kontinuitet neke umetničke proizvodnje. To je jedna nova relacija između estetičke produkcije i estetičke komunikacije, u kojoj estetička produkcija ne računa više sa jednim ograničenim brojem pokrovitelja, a estetička komunikacija je moguća jer je već stvorena jedna emocionalna i simbolička osnova za takvu komunikaciju. Pre toga vremena, na primer, nije uopšte postojala bilo kakva nekorisna muzika koja bi izražavala svetovna osećanja. Slično je i sa književnošću i plastičnim umetnostima. Estetička produkcija na ovim područjima se oslobađa starih okvira i uključuje u novu estetičku komunikaciju. Ona toj komunikaciji daje podstreka, ali od nje prima i impuls za dalji razvoj. Na području književnosti se, na primer, javlja izdavač kao posrednik između pisca i publike. On je otada onaj filter kroz koji prolazi književna produkcija. Izdavač može da se uporedi sa velikim radarom koji osluškuje signale jedne probuđene publike, ali i činilac koji toj publici nameće određenu književnu produkciju i tako utiče na tokove estetičke komunikacije. »Izdavanje knjiga za opštu publiku, potpuno nepoznatu autoru, prvi je oblik koji odgovara strukturi društva srednje klase zasnovanom na anonimnom opticaju dobara«[34].

Nastaje, u stvari, ono što Burdije naziva intelektualnim ili umetničkim područjem, na kome deluje splet relativno autonomnih činilaca, među kojima se nalazi i publika sa svojom orijentacijom u estetičkoj komunikaciji. »Ukoliko su se umnožavale i diferencirale instance za intelektualno i umetničko posvećivanje, kao što su akademije i saloni i ukoliko su se isto tako umnožavale i diferencirale instance za afirmaciju kulturne difuzije, kao što su izdavačke kuće, pozorišta, kulturna i naučna udruženja, utoliko se i publika proširivala i razgranavala, utoliko

33. Arnold Hauzer, *ibidem*, knj. II, str. 147.

34. Arnold Hauzer, *ibidem*, knj. II, str. 47.

se i intelektualno područje konstituiše kao sistem sve složeniji i nezavisniji od spoljašnjih uticaja, kao područje odnosa kojima dominira specifična logika, logika konkurencije za kulturnu legitimnost»[35].

Iz toga proizlazi da je za pojavu publike bilo potrebno umetničko tržište, koje je, s druge strane, moglo da se obrazuje samo uz emancipaciju, oslobođenje određenih slojeva društva iz misaone i emocionalne pasivnosti i njihovo uključivanje u estetičku komunikaciju. Prema tome, razvijeno tržište i razvijena estetička komunikacija su u stalno promenljivom uzročno-posledičnom odnosu. Svako sa svoje strane određuje obim i kvalitet publike jednog društva i jednog vremena. Publika je, u tom smislu, kao što primećuje Sangvineti, tipično buržoaski i romantički koncept, koji se u ranijim društvenim strukturama ne susreće. To, naravno, ne znači da ranije nije bilo estetičke produkcije i estetičke komunikacije, ali je odnos između te dve pojave bio sasvim drugačiji. U razvijenoj građanskoj epohi reći publika, znači istovremeno reći i tržište. »Kad se govori o estetičkoj komunikaciji, treba otkriti istinski smisao pojma koji komunikaciju između estetičkog proizvođača i estetičkog potrošača svodi na ekonomski nivo, pretvarajući je u odnos između pisca i publike, naime između pisca i tržišta, tačnije rečeno«[36].

To znači da se estetička komunikacija oslobodila dvorsko-aristokratskog okvira i da je našla svoju proširenu društvenu osnovu u građanskoj epohi, ali to još ne znači da je ta komunikacija postala opšta. U toj svojoj ekspaniziji ona se ubrzo suočila sa novim barijerama, koje su imanentne tom novom društvenom sistemu. Nove barijere su se javile kao nejednako društveno poreklo pripadnika građanske klase, kao nejednako profesionalno i umetničko obrazovanje, kao nejednaka mogućnost i sposobnost za učešće u estetičkoj komunikaciji, najzad kao nejednaka misaona, emocionalna i simbolička osnova za uključivanje u tu komunikaciju. Nejednaka sposobnost i nejednaka misaona, emocionalna i simbolička osnova za estetičku komunikaciju postaju izuzetno snažna barijera, jer svako proširenje estetičke komunikacije ne znači samo proširenje na staroj, tradicionalnoj umetničkoj osnovi. Sa značajnim društveno-istorijskim preokretima obično nastaju i značajne promene u karakteru estetičke produkcije, u njenim izražajnim sredstvima, u njenoj simboličkoj osnovi. Novi estetički predmeti u različitim oblastima umetnosti podrazu-

35. Pierre Bourdieu, *Champ intellectuel et projet créateur*, Les Temps Modernes, novembre 1966. pp. 867.

36. Edoardo Sangulneti, *Sociologie de l'avant-garde*, pp. 11—12.

mevaju i drugačiju strukturu, drugačiju organizaciju unutrašnjih elemenata, jedan nov tip koherentnosti. Na početku svake takve prevratničke epohe obično postoji relativan sklad između estetičke produkcije i estetičke komunikacije, ali vremenom, zbog porasta socijalne diferencijacije i zbog diferencijacije unutar same estetičke produkcije, počinje da se javlja raskorak, da bi najzad estetička komunikacija počela da se sužava. Tako mogućnost za učešće u estetičkoj komunikaciji biva dvojako uslovljena: s jedne strane društvenim položajem čitavih društvenih slojeva, pri čemu obrazovanje kao elemenat tog položaja počinje da igra sve značajniju ulogu, s druge strane diferencijacijama u samoj umetnosti, naime, karakterom simboličke osnove i tipom unutrašnje strukture dela.

Sa promenama u okviru društvene strukture određenog tipa dolazi takođe i do promena u indirektnoj estetičkoj komunikaciji, pod čim podrazumevamo ono što Habermas naziva literarnim ili umetničkim rezonovanjem, razmenom ideja o umetnosti. I Hauzer, uostalom, jednim od vrlo važnih obeležja prave publike smatra međusobno razumevanje, što ne podrazumeva istovetnost gledišta, ali uvek znači približno isti nivo u razmeni ideja povodom estetičkog doživljaja. Na početku, kada postoji polet estetičke komunikacije, nju prati i intenzivna indirektna estetička komunikacija. Međutim, već »od sredine 19. veka su uzdrmane institucije koje su dotad obezbeđivale povezanost publike kao skupa koji se bavi rezonovanjem«[37]. Indirektna estetička komunikacija počinje da se gubi. Ljudi postaju obični potrošači kulturnih dobara, što, po mišljenju Habermasa, znači da njima više nije potrebno da vode i razgovor o kulturnim dobrima, da stupaju u indirektnu estetičku komunikaciju. »Sa privatnim oblikom prisvajanja otpada i javna komunikacija o prisvojenom«[38]. Možda se najznačajnija karakteristika koja prati raskorak između estetičke komunikacije i estetičke produkcije, kao i raskorak između direktne i indirektne estetičke komunikacije, sastoji u tome što platežno sposobni ljudi nisu istovremeno i stvarno sposobni za istinsku estetičku komunikaciju. Potrošački slojevi najčešće pripadaju grupama u usponu, čiji status sa stanovišta kulture još nije potvrđen. Međutim, sa promenama u estetičkoj produkciji i u socijalnom sastavu publike stalno se menja i ovaj odnos između direktne i indirektne estetičke komunikacije.

U stvari, kad je reč o estetičkoj komunikaciji, postavlja se još jedno dosta važno pitanje: kakav

37. Jirgen Habermas, *Javno mnenje*, Beograd, Kultura, 1969, str. 204—205.

38. Jirgen Habermas, *ibidem*, str. 206.

je odnos između neafirmisanih ali latentnih stvaralačkih sposobnosti i efektivne estetičke komunikacije? Prema jednoj tezi, za efektivnu estetičku komunikaciju su najsposobniji oni koji bi pod određenim uslovima i sami mogli da postanu estetički proizvođači. Da li je ta teza dovoljno zasnovana? Na to pitanje je prilično teško kategorički odgovoriti. Skloni smo ipak da se složimo sa onima koji ne veruju da se »ukus nužno poklapa sa ‚genijem', sposobnost uživanja umjetničkog djela sa sposobnošću da se ono stvori«[39]. To je pomalo uprošćena teza koja nepotvrđivanje u estetičkoj komunikaciji objašnjava promašenošću u estetičkoj praksi. Izgleda da je mnogo bliže istini ako se kaže da su društveni uslovi koji pogoduju opštem intelektualnom i emocionalnom razvoju pojedinaca istovremeno povoljni uslovi i za efektivnu estetičku komunikaciju, ali ne i jedini uslovi.

Efektivna estetička komunikacija podrazumeva i sposobnost za simboličku transkripciju, koja se stiče u porodici, u školi i u užoj društvenoj grupi u kojoj se obavlja i jezička i saznajna komunikacija. Razvijenu direktnu estetičku komunikaciju u grupi koja je povezana i ostalim komunikacionim procesima prati, međutim, i intenzivna indirektna estetička komunikacija, naime razmena mišljenja povodom estetičkog doživljaja. Ovo jedinstvo se ostvaruje u različitom stepenu, ali se ono izgleda pomalja kao realna perspektiva posle perioda potisnutosti indirektne estetičke komunikacije. Čini mi se da je Risman u pravu kada tvrdi da mnogi kritičari popularne umetnosti previđaju tempo promena u izgrađivanju ukusa publike. Oni »ne samo što ne primećuju koliko su često američki filmovi, popularni romani i časopisi dobri, nego i koliko su snažni i puni razumevanja neki komentari amatera razmenjivača ukusa, koji se na prvi pogled čine kao deo vrlo pasivne publike«[40]. To svakako najpre važi za omladinu kod koje su procesi komunikacije uopšte najintenzivniji.

Posebna je uloga umetničkog kritičara, estetičara, ukratko stručnjaka. Ova kategorija ljudi se javlja paralelno sa nastankom publike u građanskom društvu. Moderni književni život se, kaže Hauzer, pored redovnog izdavanja knjiga, novina i časopisa ogleda »pre svega u pojavi književnog stručnjaka, kritičara, koji zastupa opšta merila vrednosti i javnog mnjenja u svetu literature«[41]. Kakva je, međutim, njegova uloga

39. Gillo Dorfles, *Oscilacije ukusa i moderne umjetnosti*, Zagreb, Mladost, 1963, str. 45.

40. Dejvid Risman, Nejten Glejzer, Ruel Deni, *Usamljena gomila*, Beograd, Nolit, 1965, str. 359.

41. Arnold Hauzer, *Socijalna istorija umetnosti i književnosti*, knj. II, str. 47—48.

u intenziviranju opšte estetičke komunikacije u jednom društvu? On sâm učestvuje u toj komunikaciji, delimično utičući na tokove estetičke produkcije, a delimično određujući samu estetičku komunikaciju. Umetnička kritika i estetička analiza mogu da približe umetničko delo publici, ali je primarni estetički doživljaj ipak važniji za učestvovanje u estetičkoj komunikaciji. Stoga se čini da ni teza da pravi učesnik u estetičkoj komunikaciji nužno mora da bude i umetnički kritičar nije prihvatljiva u svom ekstremno izraženom obliku. Činjenica je da stalni učesnici u procesu estetičke komunikacije, kod kojih je izražen i interes za estetičku praksu, dobrim delom postaju i merodavni ocenjivači kako sadržajnih tako i formalnih karakteristika neke estetičke produkcije. Nije lišena osnova Benjaminova tvrdnja da je napredan odnos u estetičkoj komunikaciji »obeležen time što zadovoljstvo u posmatranju i doživljaju stupa u neposrednu i usku vezu sa stavom stručnog ocenjivača«[42]. Ali samo poznavanje formalnih karakteristika estetičke produkcije nije dovoljno za autentičan estetički doživljaj. Mnogo je važnije ono što smo nazvali estetičkom komunikacijom na planu otvorenog umetničkog dela, a to znači da »umjetnički užitak stoji u upravnom omjeru prema gledaočevoj sposobnosti da razumijeva iz samih nagoveštaja i da dopunjuje umjetnikov eliptični način izražavanja«[43]. U tom procesu se svakako sjedinjuju estetička intuicija i sposobnost za simboličku transkripciju, ali nije nužno da dominira stalno preispitivanje formalnih karakteristika, koje čak može da zamagli celovit estetički doživljaj.

Osnovno je da estetička komunikacija postane univerzalna u smislu mogućnosti da svi imaju jednaku šansu za uključivanje u tu komunikaciju. Svako proširivanje društvene osnove za estetičku komunikaciju podrazumevalo je do sada oslobađanje sve širih društvenih slojeva od ograničenja koja su vladala u nekom ranijem obliku društvene strukture. Ali ta osnova će ostati relativno ograničena sve dok se stvaraju nove socijalne barijere koje će ograničavati manju ili veću univerzalnost i estetičke, i jezičke, i saznajne komunikacije. U tom svetlu može da se shvati i Marksov zahtev za ukidanjem privatnog vlasništva, koje je u dosadašnjoj istoriji bilo stalni uslov za stvaranje socijalnih barijera u različitom obliku. Potrebno je, u stvari, da nastane potpuna emancipacija svih ljudskih čula i svojstava. »Ona je ta emancipacija upravo zato što su ta osjetila i svojstva postala ljudska kako su-

42. Valter Benjamin, *Umetničko delo u epohi svoje tehničke reproduktivnosti*, str. 57.

43. Arnold Hauzer, *Filozofija povijesti umjetnosti*, str. 254.

bjektivno, tako i objektivno. Oko je postalo ljudskim okom, kao što je njegov predmet postao društvenim, ljudskim predmetom koji potječe od čovjeka za čovjeka. Stoga su osjetila neposredno u svojoj praksi postala teoretičari. Ona se odnose prema stvari zbog stvari same, ali sama stvar je predmetno ljudsko odnošenje prema sebi, prema čovjeku i obrnuto. Stoga su potreba ili užitak izgubili svoju egoističnu prirodu, a priroda svoju golu korisnost tako što je korist postala ljudska korist«[44].

Iako se ne odnosi direktno na umetničko uživanje, ovaj stav otkriva razrešenje one zagonetke koju je predstavljao stalni sukob između korisnog, lepog i istinitog u svim dosadašnjim klasnim društvima. Zabluda je, međutim, verovati da će svi ljudi biti umetnici ili da će svi u podjednakoj meri učestvovati u jednoj univerzalnoj estetičkoj komunikaciji. Ljudi će se verovatno diferencirati i po svojim sposobnostima i po svojim umetničkim afinitetima. Sve estetičke oblasti verovatno neće biti podjednako bliske svim ljudima. Diferencijacija će se javiti po liniji različitosti estetičkih predmeta. Kako će predmeti, pa i estetički predmeti, postajati bliski čoveku, naime, njegovi predmeti u smislu ovladavanja njima a ne privatnog prisvajanja, zavisiće samo od prirode predmeta i od sposobnosti čoveka da uspostavi odgovarajuću komunikaciju sa onim svojstvima predmeta koji određuju njegovu svojevrsnost. »Svojevrsnost svake suštinske snage upravo je njena svojevrsna suština, dakle i svojevrstan način njenog opredmećivanja, njenog predmetno-zbiljskog živog bitka. Stoga se čovjek u predmetnom svijetu potvrđuje ne samo u mišljenju, nego sa svim osjetilima«[45].

Potvrđujući se na tako univerzalan način, čovek neće biti ograničen ni u jednoj svojoj suštinskoj sposobnosti, ali će se javiti diferencijacija u okviru slobodnog izbora na osnovu razvijene i estetičke, i saznajne i jezičke prakse. Svođenjem profesionalne delatnosti na minimum, neograničenom prostornom i društvenom pokretljivošću, neograničenom razmenom informacija iz svih domena društvene delatnosti stvoriće se uslovi za univerzalnost kulturne komunikacije u celini.

U takvim uslovima čovek bi morao da prestane da u umetnosti traži iluzije bekstva, zamenu za neostvareni život, kompenzaciju za promašenost. Prema umetničkim proizvodima on treba da se odnosi kao predmetima ljudskog stvaralaštva, koji zahtevaju poseban tip učestvovanja, ali se ne nalaze iznad čoveka kao nešto nedostupno,

44. Karl Marx — Friedrich Engels, *Rani radovi*, str. 280.

45. Karl Marx — Friedrich Engels, *ibidem*, str. 280.

tuđe i neshvatljivo. Sama umetnost tada neizbežno gubi i poslednje ostatke ritualne i kultne funkcije, ona postaje čisto ljudska, isključivo društvena. Pojmovi mase i publike u jednom dugom procesu počinju da gube svoje dosadašnje značenje, jer se i granica između učesnika i neučesnika u estetičkoj komunikaciji sve više gubi. U stvari, učestvovanje u kulturi afirmiše se kao aktivna estetička komunikacija, koja pretpostavlja obnavljanje jedinstva između društva i kulture.

U umetnosti se aktivno učešće ili aktivna estetička komunikacija ogleda pre svega u »dograđivanju nagoveštaja kod primaoca savremene umetnosti-nasuprot gotovim, neproblematičnim, čisto zabavljačkim načinima kulturnog konzuma«[46]. Taj tip učešća podrazumeva ono što Eko naziva otvorenim delom, koje postaje »poziv na slobodu koja će, izražena na planu estetskog uživanja, morati da se razvija i na planu svakodnevnih ponašanja, intelektualnih odluka, društvenih odnosa«[47]. To znači da će učestvovanje u jednoj oblasti ljudskog ispoljavanja uticati i na druge oblasti, jer granica između tih oblasti neće biti odsečna kao dosada. Značajno je pri tom da se estetičkom području pridaje važnost aktivnog činioca, a to je još jedan od načina da se postupno počne da gubi granica između korisnog i umetnički lepog. Na taj bi se način sve više uspostavljala univerzalna kulturna komunikacija u saglasnosti sa društvenom praksom koja bi prevazilazila profesionalna, lokalna ili bilo koja druga društvena ograničenja.

46. Radovan Rihta, *Civilizacija na raskršću*, str. 67.

47. Umberto Eko, *Otvoreno djelo*, str. 20—21.