
PETER JOŽA

ESTETSKA KOMUNIKACIJA

Proizvodnja i potrošnja estetskih proizvoda mogu se razumeti — u okviru razmišljanja koja su nam poslužila kao teorijska osnova — samo kao vid funkcionisanja društvene svesti, kao podsistem komunikacije sa njenim porukama, kanalima, pravilima prenošenja i njenim vlastitim kodovima. Drugim rečima, estetska praksa koja se posmatra u određenom društvu deo je sveukupnog sistema društvene komunikacije kojom se društvena svest (u marksističkom smislu reči) ostvaruje i deluje. Dakle, približili bismo se razumevanju čitavog mentalnog mehanizma društva, ukoliko bismo uspeli da shvatimo funkcionisanje te komunikacije. Istovremeno, jasno je da je prvo bilo potrebno razumeti sam proces da bi se shvatilo njegovo funkcionisanje. Drukčije rečeno, da bi se razumela društvena funkcija estetske prakse, treba najpre poznavati mehanizam njenog delovanja, pretpostavljajući da je on društvene prirode i da se, kao što to tvrde mnogi teoretičari i sociolozi umetnosti, estetski proizvod ostvaruje kao takav samo prijemom i kroz prijem, to jest on postoji samo „kod” primaoca, čije je ponašanje rezultat veoma složene igre društvenih mehanizama, a, naravno, i psiholoških činilaca. Istraživanja koja smo preduzeli imala su za cilj analizu procesa estetskog prijema, njegovih društvenih određenja i društvenih modaliteta ispoljavanja. Da bi se osvetlila specifična dejstva raznih tipova estetske proizvodnje i prijema, trebalo je uzeti u obzir, putem empirijskog istraživanja, bar glavne, ako ne i sve vrste estetske proizvodnje, kao što su književnost, muzika, slikarstvo i film. Originalnost naše ankete sastojala se u tome što nas je zanimao sam proces (u njegovom odvijanju) estetske recepcije.

Empirijska istraživanja, čije ćemo neke rezultate interpretirati da bismo došli do izvesnih teorijskih zaključaka, vršena su u okviru projekta „Kulturni blokovi u Budimpešti” (prema operacionoj definiciji, „kulturni blok” je skupina lica koja *grosso modo* ispoljavaju iste tipove stavova, ponašanja prema estetskim proizvodima). Projekat je raden u Istraživačkom odeljenju Instituta za kulturu u Budimpešti.

Polazeći od ovih razmatranja, uspeali smo da organizujemo naše istraživanje držeći se nekih bitnih načela: a) Da bismo obezbedili relativnu reprezentativnost našeg uzorka, s obzirom na eksperimentalnu prirodu istraživanja, ograničili smo izbor na ispitanike koji žive u glavnom gradu. I takav, naš uzorak je pokrивao širok opseg skupina ispitanika uključenih u estetsku komunikaciju, od najobrazovanijih grupa do kvalifikovanih radnika. b) Da bismo obezbedili uporedivost podataka, anketa je uglavito vršena „laboratorijski“: nismo se zadovoljili samo ispitivanjem građana šta čitaju i kojim se kulturnim aktivnostima bave, već smo im dali da čitaju, gledaju i slušaju izvestan broj knjiga, filmova, slika i muzičkih komada koje smo ranije izabrali. c) Zbog nepostojanja provedenih metoda, služili smo se raznovrsnim tehnikama za prikupljanje informacija (dubinski intervjui, upitnici sa otvorenim i zatvorenim pitanjima, različiti testovi itd.) koje su jedinstveno primenjivane za sva parcijalna ispitivanja. d) Problem takozvanih „osrednjih“ estetskih proizvoda, onoga što se obično označava kao kič na primer, pokazao se složenijim od problema dela „visoke kulture“, stoga nije bilo razumno da se jednovremeno radi sa dve vrste kulturnih proizvoda. Sledstveno tome, odlučeno je da se u ovoj prvoj fazi pokloni pažnja samo onim delima koja se uobičajeno određuju kao vrednosti.¹⁾

Mogu se razlikovati dve faze društvene funkcije umetničkih dela:

¹⁾ Rad je počeo 1970. Na osnovi informacija prikupljenih u 85 dubinskih intervjua izrađen je podroban plan serije od devet delimičnih anketa o mehanizmima delovanja filma, romana, slika i muzike. U glavnim serijama radilo se sa šest filmova, šest slika i šest romana; u dve ankete, primenjujući jednostavniji metod, napravljene su dve serije od po 30 slika, i dve serije od po 28 muzičkih komada.

Prikazani su sledeći filmovi: *Pepeo i dijamant* (Vajda); *Do poslednjeg daha* (Godar); *Pustinjsko ostrvo* (Sindo); *Kradljivci bicikla* (de Sika); *Očajnici* (Jančo); *Nema puta kroz vatru* (Panfilov). Lista romana: *Čiča Gorio* (Balzak); *Prvi i drugi izbori u Mađarskoj* (Mikszath); *Veliko putovanje* (Semprun); *Čovekova sudbina* (Šolohov); *Ana Edes* (Košťoljani); *Na ivici zemljišta* (Mandi). Najzad, lista slika (reprodukcije u boji): *Zvezdana noć* (Van Gog); *Hristova smrt* (Djoto); *Crni luk* (Kandinski); *Noćna straža* (Rembrant); *Rat* (Sagal); *Zena sa bikom* (Lihtenštajn). Jedna od anketa sprovedena je uporedno u Francuskoj i u Mađarskoj u saradnji sa Zakom Lenartom (Paris, EHESS, Centar za sociologiju književnosti). Dali smo da se u Parizu i u Budimpešti čitaju isti francuski (Perek: *Stvari*) i mađarski roman (Andre Feješ: *Groblje rđe*) po uzorcima koji su obuhvatili iste socioprofesionalne kategorije, to jest, inženjere, službenike, tehničare, osoblje industrije komunikacija, radnike, a u Parizu i sitne trgovce.

Za čitavu seriju ukupan broj ispitanika bio je 2.300, ali praktično ih je bilo 3.400, s obzirom da je veliki deo ispitanika učestvovao u više faza rada. Ispitanici su bili isti za slike i za romane.

1. selekcija (vrednovanje) proizvoda, ili, u širem smislu, uslovi susreta ljudi i proizvoda;
2. percepcija (tumačenje), ili uslovi njihovog odgonetanja.

Po osnovu ovih dveju faza, prikazaćemo rezultate koji se mogu formulirati u sadašnjem stanju analize naših podataka.²⁾

SELEKCIJA

Navike

Razmišljajući u svetlu naših intervjua, kao i skorašnjih rezultata čitave sociologije umetnosti u Mađarskoj, i poznatih podataka koji se odnose na estetsku „potrošnju” (počev od Berelsonovih sondaža 50-tih godina, ili Lazarsfeldovih iz 40-tih godina, pa sve do nedavnih velikih anketa o posećivanju bioskopa u SSSR-u), postaje jasno da se fenomeni „susreta” sa estetskim proizvodima ne mogu više posmatrati kao izdvojeni i specifični. Nijedna estetska praksa, čini se, ne može više da bude razumljiva ako se posmatra kao autonomna, već samo u onom složenom i strukturiranom totalitetu koji se sve češće označava kao način života, pojam koji potiče iz socijalne antropologije.

Pojava ovog pojma u sociološkom pojmovnom okviru vezana je za otkrivanje jedne nove jedinice društvenosti koja nije, uostalom, strogo konceptualizovana. Kao što je poznato, Lazarsfeld i njegovi saradnici su utvrdili da postoje izvesne grupe primarnog tipa koje uz neke druge grupe uslovljavaju ponašanje pojedinaca i služe kao prenosioci koji imaju posredničku ulogu u velikim društvenim stremljenjima na nivou nacije, klase, sloja, itd., pri čemu ih menjaju ili bliže određuju. Dakle, sva istraživanja koja se odnose na način života upućuju na postojanje i treće jedinice društvenosti koja se nalazi između dva ekstrema i koja se može označiti kao „prosečni milje” ili „kulturalna sredina”. Tu jedinicu prepoznajemo po radikalnim razlikama koje su uočljive u tradicijama, običajima, vrednosnim sistemima, potrebama, itd., — pod pretpostavkom da su svi

²⁾ Zbog nužno sintetičke i sažete prirode ovog teksta, izostavićemo detaljniji prikaz rezultata, kao i sistematsko upućivanje na specijalizovanu literaturu — već dosta obimnu — koja zadire u naše probleme. Iz istog razloga, iznećemo samo pregled našeg postupka, ne po fazama, već samo prema najvažnijim rezultatima. Istovremeno, uzimamo slobodu da se u izvesnim određenim i zanimljivim slučajevima pozovemo i na pojedine rezultate naših kolega koji su obavljali radove iste prirode u Mađarskoj.

ostali elementi isti — među stanovnicima industrijskih i neindustrijskih gradova, u katoličkim i protestantskim područjima neke zemlje, među kadrovima u industriji, slobodnim profesijama, itd.

Smatramo, pre svega, da je „kulturalna sredina“ ta koja određuje svojom kulturom (u antropološkom smislu) proces socijalizacije, sav taj sistem orijentacija i normi koje nazivamo načinom života, tj. poljem mogućnosti (i nemogućnosti) u ponašanju pojedinca, uopšte, i prema estetskim proizvodima, posebno.

Bilo bi korisno da se ovde iscrpno nabroje „estetske navike“ o kojima je reč i koje upućuju na praksu (čitavanje, sakupljanje knjiga, slušanje muzike, posećivanje bioskopa, opere, umetničkih galerija, itd.). Ono što je značajno, to je hipoteza prema kojoj su sve te navike vezane za sisteme ponašanja društvenih sredina „srednje veličine“ i lako se mogu definisati. Poznato je, takođe, da su te navike podložne promenama, modama, pojavama ushićenja i odbijanja, i da tu deluje složena igra traženja prestiža, solidarnosti i samodefinisanja grupe. Svi ovi fenomeni su bili predmet mnogih analiza, ali se nije dospelo do stroge konceptualizacije.³⁾

Polazeći od ove pretpostavke, došlo se do zaključka da socijalizacija — kultura stečena tom socijalizacijom — utiče na polje i oblike susreta pojedinca sa estetskim proizvodima, određujući:

- a) one oblike ponašanja koji omogućavaju susret („potrebno je imati pretplatu za koncerte“) i
- b) ispoljene potrebe (ili tačnije potrebe koje se mogu ispoljiti ili ne ispoljiti) („ne može se živeti bez redovnog gledanja slika“).

Dakle, oblik u kojem su estetski proizvodi prisutni u nekom društvu određen je velikim delom sistemom „kulturalnih sredina“. (Sve što se zna o promenama orijentacija vezanih za promene „društvene sredine“, za sekundarnu socijalizaciju itd., ovde automatski deluje.) U drugom društvenom sloju, postoji drugačija potrošnja, uključujući i estetske proizvode.

Selekcija u pravom smislu reči

Pojave vezane za selekciju estetskih proizvoda pripadaju omiljenim istraživačkim temama. Štaviše, one u izvesnom smislu predstavljaju

³⁾ Iz razloga koje ovde nećemo analizirati, ustručavali smo se da upotrebljavamo pojam subkulture da bismo označili ove „kulturalne sredine“.

ishodište sociologije umetnosti i masovnih komunikacija. Na osnovu anketa izgleda da se izbor oblikuje prema različito formulisanom dihotomiji: „mass culture/culture of the elite” u Americi, „culture savante/culture moyenne” u Francuskoj, dela od vrednosti/zabavljačka kultura u nekim socijalističkim zemljama, itd. Međutim, ova jednodimenzionalna dihotomija izgleda potpuno prevaziđena i ankete vođene tokom ovih poslednjih deset godina pokazuju da je estetska selekcija daleko složenija.

a) U tom pogledu situacija nije ista u svim zemljama, i to iz više razloga. Ako se, na primer, uporede Sjedinjene Američke Države i Francuska, vidi se da jedan od glavnih slojeva potrošača iz Amerike, „low middle class”, primenjuje na čitanje selektivne kriterijume koji se ne ograničavaju samo na književne vrednosti. Tako su čitaoci Hemingveja često i čitaoci kriminalnih serija ili pornografskih romana. U Francuskoj čitaoci „šund” literature i klasične književnosti nisu skoro nikada isti.

Ako se uporede Francuska i Mađarska (ovde se pozivamo na naše ispitivanje), uočljivo je da u Mađarskoj beletristika i naučno-popularna književnost imaju različito čitalaštvo (sa brojnim čitalaštvom beletristike). U Francuskoj je ta linija razgraničavanja čitalaštva manje jasna, i čitalaštvo naučno-popularne književnosti je brojnije u odnosu na čitalaštvo beletristike. Istovremeno, utvrđeno je da se ta opšta usmerenost menja u zavisnosti od socio-demografskih određenja, i to pre svega od pola i školskog obrazovanja.

Navešćemo neke brojke da bismo ilustrovali ove razlike.⁴⁾ (Vidi Tabelu 1 na str. 13)

Osetna razlika je uočljiva kada je reč o muškarcima; među ženama nema razlike. S druge strane, razlika postoji samo kada je reč o naučno-popularnoj književnosti i beletristici, dok se zabavna književnost jednako vrednuje u obe zemlje. (Vidi Tabelu 2 na str. 13)

b) Opšte govoreći, lako je dokazati da se, u svetlu empirijskih istraživanja, navedena konceptualna dihotomija pokazuje malo korisnom, posebno u pogledu pojma elite, koji u sebi

⁴⁾ U okviru francusko-mađarske ankete, ispitanici su ispunili pored upitnika koji se odnosio na pročitani roman, i jedan opšti upitnik koji se odnosio na njihov odnos prema čitanju. Podaci na tabelama 1 i 2 odnose se na pitanje 15 („Koju vrstu knjiga najradije čitate?”).

PETER JOŽA

Tabela 1. Relativno vrednovanje tri književna roda u Francuskoj i Mađarskoj prema polu (u procentima)

	Fran.		Mađ.	
	m.	ž.	m.	ž.
Naučno-popularna književnost	38,76	22,23	31,72	20,60
Beletristika	31,11	48,49	40,81	52,10
Zabavna književnost	26,73	28,90	26,87	27,30

Tabela 2. Relativno vrednovanje tri književna roda u Francuskoj i Mađarskoj prema školskom obrazovanju (u procentima)

		Naučno-popularna	Beletristika	Zabavna književnost
Osnovna škola	Francuska	13	32	31
	Mađarska	19	42	37
Srednja škola	Francuska	37	38	25
	Mađarska	24	50	26
Fakultet	Francuska	43	41	15
	Mađarska	37	41	22

sadrži dva pojma: pojam estetske vrednosti koja se pridaje delu i pojam estetske kompetencije potrošača koji je određen školskim obrazovanjem, mestom u podeli rada ili psihološkim sposobnostima. Nije, naravno, reč o tome da se ospori važnost činjenicama koje su u razdoblju 1940—1950. poslužile kao osnova za konceptualizaciju, kao ni činjenicama koje su 60-tih godina uticale na sociologiju umet-

nosti u Mađarskoj (posebno, izvesna stagnacija kulture radnika⁵⁾). Naprotiv, pokušaćemo ovde da protumačimo odgovarajuće pojave, zamenjujući ovu suviše uopštenu dihotomiju, sa tri druge dihotomije.

1) Prva dihotomija mogla bi se odrediti prirodnom slike koja se stvara o estetskom proizvodu, bilo kao sredstvu čiste razonode (odmor ili bekstvo) ili kao sredstvu obogaćenja (ono primaoca suočava sa društvenim, etičkim, filozofskim, pa čak i „estetskim“ problemima). Ova dihotomija u najvećoj meri podseća na „klasičnu“ dihotomiju. Razlika između „lakih“ estetskih proizvoda, koji nude pasivno uživanje, i estetskih proizvoda koji zahtevaju izvestan napor od strane primaoca, svodi se praktično na tradicionalnu distinkciju između proizvoda osrednje vrednosti i vrednih dela.

2) Drugi princip izbora se vezuje za „jezik“. Estetski proizvodi mogu biti „razumljivi“ i „nerazumljivi“ tekstovi (teksture). Naravno, ono što je bilo juče „nerazumljivo“ može postati danas „razumljivo“. Postoje uvek pisci, pesnici, reditelji, kompozitori koji vremenom stižu sve širu publiku. S druge strane, ovaj proces ima uvek ograničeni domet: a) on se odnosi samo na jedan deo proizvoda, to jest na njihove stvaraoce, i b) on uvlači u svoj tok samo izvesne društvene slojeve, ostali ostaju statični i u situaciji sukoba između realizma vizije i svakodnevne prakse i umetnosti koja premašuje ovo jedinstvo i tu praksu. Tako brojna publika i dalje nastavlja s odbacivanjem svega što premašuje granice estetskog „recimo XIX stoleća“.

3) Treći princip izbora uslovljen je dihotomijom „umirujuće/uznemiravajuće“. Naravno, ne postoji estetsko iskustvo bez primarne emo-

⁵⁾ U zemljama narodne demokratije, pošto je početkom 50-tih godina izvršena nacionalizacija masovnih medija (u širem smislu reči: radija, štampe, štamparija, izdavačkih kuća, biblioteka, galerija, organizacija odgovornih za programe koncertnih dvorana, itd.), tj. da upotrebimo izraz koji je u to vreme bio u upotrebi, pošto je „slomljen kulturni monopol bivših vladajućih klasa“ — i pošto se počelo sa organizovanjem masovnog pokreta radnika za posećivanje pozorišta, muzeja, itd., očekivao se radikalna preokret kulturnih stavova radničke klase i seljaštva. Ovo očekivanje se pokazalo posle nekoliko godina kao iluzija, i tada je postavljeno pitanje: koji se procesi kriju iza funkcionisanja kulturnih dobara, i koje su to tako krute determinante kulturnih stavova različitih socijalnih sredina?

cionalne identifikacije (identifikacije s junakom ili junacima kad je reč o narativnom proizvodu; osećanjem „bliskosti i srodnosti“ kada je reč o slikarstvu, muzici, itd.). Ali, priča, na primer, može biti „umirujuća“ samo u slučaju kada junak izlazi kao pobednik (happy end), ili kada je pobeđen a da to nije mogao da spreči; to jest, kada je reč o osećanju vapijuće nepravde koja postoji u svetu (jednom od osnovnih kriterijuma koji omogućuju da se razlikuje struktura efekta koji izaziva suze od efekta katarze izazvane tragičnom pričom u kojoj je junak odgovoran za svoju propast). Postoji i nešto više: „umirujući“ estetski proizvod pruža često primaocu mogućnost samoopravdanja, projekcije sopstvenog sistema vrednosti (moralnih, političkih, itd.) u svet mašte. Uzajamni odnosi ove dve dimenzije mogu biti višestruki. „Najlagodnija“ situacija za primaoca jeste kada se uspostavi potpuno usaglašavanje oba ova kriterijuma. Drugim rečima kada estetski proizvod podstiče primaoca da se poistoveti sa jednim od junaka koji predstavlja sve što je „dobro“ prema kriterijumima sistema vrednosti sa kojim, pripadnik određene društvene sredine veruje da se poistovetio. Svakako da bi dublja analiza samih dela pokazala da je u ovom slučaju pre reč o kontinuumu nego o dihotomiji. Međutim, sociološka analiza ponašanja primalaca može se zadovoljiti pretpostavkom o dihotomiji kao glavnom regulatoru koji omogućuje ili sprečava „neprijatna“ estetska iskustva.

Verujemo da upravo kombinacije ove tri dihotomije (ili još pre kontinuumi koji se mogu tumačiti kao dihotomije) određuju ispoljavanje selektivnog ponašanja prema estetskim proizvodima. Izraz „kombinacija“ nije nikako proizvoljan. Naši podaci pokazuju da postoje tipovi ponašanja koji nisu određeni „umirujućom“ ili „zabavnom“ prirodom estetskih proizvoda, kao i da se svaki „moderni“ jezik odbacuje kruto i radikalno; a da se, s druge strane, dešava da zajedno idu potreba za nezabavnim i prihvatanje manje ili više „modernog“ jezika, sa potrebom za sadržinom umirujućeg karaktera, itd.

c) Izvan činilaca koji proizlaze iz specifičnosti nacionalnih kultura i delovanja trodimenzionalnog sistema koji smo analizovali, postoji i čitav niz posebnijih, ali ne manje važnih činilaca. Dok činiloci svrstani pod (a) deluju na nivou nacionalne kulture, a delovanje činilaca pod (b) omogućavaju tumačenje sistema ponašanja glavnih slojeva društva, ovde se suočavamo sa činilcima koji deluju na nivou „srednje veličine“. Ne želeći da ovde defi-

nišemo teoriju determinacije, zadovoljićemo se samo time da ukažemo na neke njene osobenosti. Ona, na primer, ima veze sa izborom tematike dela koji se ispoljava u sklonosti prema „istorijskom”, „savremenom”, „ljubavnom”, prema „seoskom životu”, itd. Ona može da se odnosi na izbor jednog autora ili grupe autora: „narodnjačkih” pisaca, velikih ruskih romanopisaca; francuskih pripovedača; različitih razdoblja i stilova u muzici i u slikarstvu; filmova režisera ovoga ili onoga stila ili sledbenika ovih ili onih tendencija. Na osnovu istraživanja Gondoša (Gondos, Budimpešta) može se dokazati postojanje jednog veoma strukturiranog sistema izbora autora i tema u zavisnosti od verovatnoće njihovog pojavljivanja na listama preferencija ispitivanih osoba.

Prihvatanje i neprihvatanje

Na prvi pogled to je problem o kojem se može posebno raspravljati. S jedne strane, sistem ispoljenih preferencija treba da bude određen sistemom preferencija koje deluju na nivou selekcije; s druge strane, ako determinacija nije apsolutna, tada iskrsava i drugi problem, to jest treba videti šta se dešava u procesu „prijema”, za vreme nastajanja iskustva i estetskog suda. Tu leži bitni problem, suština čitavog našeg istraživanja koji se sigurno ne može rešiti analizom statističke distribucije ispoljenih preferencija. I upravo tu naš „laboratorijski” metod pokazuje sve svoje prednosti. Naime, pozivajući ljude da slušaju, gledaju, čitaju, itd. proizvode koji su delimično bili izvan njihovog estetskog polja, ostvarili smo „susrete” koji se u stvarnosti ne dešavaju i, zahvaljujući njima, mogli smo da razlučimo neke „stvarne” preferencije, delimično nezavisne od uobičajenog sistema selekcije. Moglo je da se zaključi da uslovi prihvatanja ili neprihvatanja nisu bili potpuno isti kao oni koji određuju sistem selekcije. Na prvom nivou moguće je razlučiti iste osnovne dihotomije: alternativa razonoda/rad, tradicionalno/moderno, umirujuće/uznemiravajuće. Ali dublja analiza je pokazala neke posebne osobenosti estetske prakse, koje, ako se uzme u obzir samo obična selekcija, ostaju nevidljive.

a) Na prvom mestu: pravilnost ponašanja raznih socio-demografskih grupa. Naravno, za tri već prethodno razlučena tipa, glavni čini-lac razgraničenja među grupama je školsko obrazovanje. Kada su u pitanju oni koji su završili srednju školu i oni koji to nisu, moglo bi se čak reći da je reč o dva različita sveta. Istovremeno, prema izvesnim podacima bi se

moglo reći da za one koji imaju najviši stepen obrazovanja tip stečene kulture igra posebnu ulogu. Iznećemo dva primera. To što visoko obrazovani, u poređenju sa licima koja imaju niži stepen obrazovanja, agresivnije odbacuju moderni estetski jezik ne znači nužno da su ovi drugi naklonjeniji modernom, već znači da su visokoobrazovani odgajani u zatvorenom i koherentnom kulturnom sistemu koji im onemogućava da prihvataju novinu. Odbacivanje modernog od strane najobrazovanijih je agresivnije jer je svesnije, dublje. Oni se nalaze u manje-više zatvorenom sistemu u koji kulturna inovacija ne može da proдре. Štaviše, iz naših podataka proističe da muzika privlači više njih nego one sa nižim stepenom obrazovanja, a da je upravo suprotno kada je reč o slikarstvu (uopšteno rečeno). (U to smo se uverili kada smo ispitanicima s nižim obrazovanjem pokazali slike.) Ovu tendenciju možemo danas objasniti jedino i pre svega izrazito verbalnom (konceptualnom) prirodom naše školske kulture, koja deluje protiv sveta slika i osujećuje komunikaciju putem slike. Drugim rečima, ovi sistemi preferencija ne više latentnih već realnih preterencija (stvorenih putem iskustva) omogućuju da se izmere neki vidovi konzervativne uloge školske kulture.

Druga suštinska socio-demografska varijabla, varijabla „pol” dobija u našem istraživanju dvostruki vid. Pre svega, u našem ispitivanju ponašanje žena se ni u jednom pogledu nije razlikovalo od ponašanja muškaraca. Kod žena se mogu utvrditi veoma značajna odstupanja u intenzitetu prihvatanja i odbacivanja, jer su ova kod žena mnogo jasnije ispoljena i jednoznačnija. Žene su, na primer, neuporedivo agresivnije od muškaraca u odbacivanju ne-tradicionalnih jezika, zahtevajući potpunu razumljivost. Dakle, s jedne strane, žene izrazitije ispoljavaju prihvatanje umetničkih dela, a s druge strane, izrazitije su privržene očuvanju izvesnih kulturnih vrednosti. (Malo dalje će se videti da se protivrečnosti između „estetskih ideologija”, odnosno „sistema vrednosti” i autentičnih iskustava ispoljavaju na više nivoa. Dakle, ova dihotomija razlika u ponašanju žena i ponašanju muškaraca verovatno je samo jedna od manifestacija ovih protivrečnosti).

b) Drugi niz informacija odnosi se na razliku koja postoji između pozitivnih i negativnih stavova. Ako se u analizi preferencija ne zauzavimo na prosečnim vrednostima, već uzmemo u obzir i manja odstupanja, videćemo da su razlike utoliko manje ukoliko su globalni sudovi pozitivniji, i obratno. Dakle, ljudi se bolje

slazu u prihvatanju umetničkih dela nego u njihovom odbacivanju. Kulturne norme koje određuju njihove sudove upućuju pre svega na prihvatanje vrednosti, ograničavajući — ako se tako može reći — polje mogućnih orijentacija iznutra, a ostavljaju manje ili više nedefinisanim ono „spolja”, i ne daju sasvim sigurne norme o tome šta treba odbaciti.

Društveni uslovi za uspostavljanje kontakta sa estetskim proizvodima, ili načini organizovanja estetske komunikacije, mogu se tumačiti i tako dati relevantne informacije ukoliko se analiziraju sledeća tri nivoa: način života koji određuje prostor za kontakt, selekcija i preferencije ispoljene u susretu s delima. Ove informacije pomažu da se sazna koji estetski proizvodi dopiru do kojih društvenih sredina. U drugom delu ovog izlaganja ispitivaćemo šta se sa njima dešava.

TUMAČENJE

Nesporazum

Postavljaju se tri pitanja: u kom smislu se može govoriti o nesporazumu kada je reč o estetskim proizvodima; koji su glavni vidovi nesporazuma; da li su slučajevi ovog nesporazuma anomalije ili pojave organski vezane za estetsku komunikaciju?

Sva ova pitanja ćemo razmatrati istovremeno.

Poznato je da savremena estetika smatra — i to shvatanje su usvojili skoro svi sociolozi umetnosti — da je delo u suštini ono što primalac opaža i kako ga tumači, ili drugim rečima, da su sva tumačenja prihvatljiva. Istovremeno, zna se da bi bilo nerazumno da se ova formula doslovno shvati: sva tumačenja nisu prikladna jer postoje i pogrešna tumačenja. Moglo bi se reći:

a) da jedna od glavnih razlika između „diskurzivnog” i estetskog govora leži u polivalenciji značenja ovog poslednjeg. Ako izraz „ $a^2 + b^2 = c^2$ ” ima samo jedno značenje koje će se razumeti ili tačno, ili pogrešno — *tertium non datur*, druga rečenica: „U mom mozgu se šeta (kao po svom stanu) lepa mačka, snažna, umiljata i mila”, ima više značenja, podjednako dozvoljenih, koja se međusobno ne isključuju.

b) Može se govoriti o ograničenom polju mogućih značenja a ne o neograničenim mogućnostima tumačenja. Međutim, uprkos nekim blistavim analizama, ne raspolazemo ni strogo definicijom, ni tačnim kriterijumima za defi-

nisanje nesporazuma. Kada se neki estetski proizvod pogrešno razume? Sigurno da pojam „učena kultura“ nije dovoljan kao objašnjenje. Nije izvesno, na primer, kada je reč o nekoj slici iz XVII stoleća, da su pogrešna sva tumačenja koja se ne zasnivaju na tačnom poznavanju čitavog sistema primenjenog koda. Poznajemo li sva pravila na kojima se zasnivaju tekstovi Eshilovih tragedija? Možda ih neki filolozi poznaju. A zar je moguće da ove tragedije svi pogrešno razumeju, izuzev filologa? Svakako ne.

U toku našeg ispitivanja otkrili smo nekoliko tipova nesporazuma, čija analiza može da doprinese rešavanju ovog problema.

Pre svega, postoji „apsolutan“ nesporazum, ako se tako može reći, koji se sastoji u iskrivljavanju činjenica koje tvore estetski tekst, na primer kada se pretpostavlja da se Maček (u Vajdinom *Pepelu i dijamantu*) borio na strani Nemaca za vreme rata; ili kada se veruje da Mišel Poakar (u Godarovom *Do poslednjeg daha*) ubija policajca sa predumišljajem, itd.

Drugi tip nesporazuma proističe iz teškoće da se shvati zaplet. Uzmimo kao primer mađarski roman F. Santa *Peti pečat*, u kome fašisti nude da oslobode uhapšenog časovničara pod uslovom da pristane da zlostavlja jednog komunistu na umoru. Jedan deo ispitanika smatra da je ova ličnost odvratna kukavica, jer su jednostavno smetnuli s uma da časovničar u svom stanu skriva jevrejsku decu i da mora da se vrati kući⁶). Da bi se izbegla ova greška, nije potrebno poznavati egzistencijalističku tezu prema kojoj je delovanje uvek najmanje zlo koje se može izabrati.

Treći tip nesporazuma potiče od nesposobnosti da se razume logika priče. U ovu kategoriju treba uvrstiti sve slučajeve — dosta česte — kada primalac zahteva „happy end“ umesto tragičnog kraja. Tome treba takođe pridodati i slučajeve kada primalac kritikuje autora zbog toga što nije veran „realnom“; navešćemo kao primer reakciju onih čitalaca koji smatraju neprihvatljivim da autor neke priče daje bifeu izmišljeno ime, kada se na tom mestu u stvarnosti nalazi bife sa sasvim drugim nazivom.⁷)

⁶) Podaci Durkove ankete (Debrecin, Mađarska).

⁷) Podaci Kamarasa (Budimpešta). Ovde ćemo se ograničiti na davanje formalne tipologije mogućih nesporazuma. Kasnije ćemo se vratiti na problem njihovog nastajanja: na primer, na činjenicu da prva dva tipa proizlaze iz jednostavnog neznanja kako da se čita, nepoznavanja književnih kôdova, dok ideološki činioci i vrednosni sistemi igraju veliku ulogu u nastajanju trećeg, a naročito četvrtog tipa.

Četvrti tip je najzad samo proširena i „strukturirana“ verzija trećeg. To je verovatno najrašireniji slučaj i zanimljiv je za veliki deo estetske potrošnje. Ovde treba govoriti o okamenjenim „matricama“ i „shemama“ prijema koje se primenjuju na dela na način koji iskrivljuje primanje poruke. Nesumnjivo je da nema estetskog tumačenja bez „matrica“: svaki proces odgonetanja kôda pretpostavlja kod primaoca fond kodova koji služi za odgonetanje bilo koje poruke i među kojima se bira jedan prikladan kôd prema slučaju metodom „pokušaja i pogrešaka“ (try and error). Dakle, sposobnost prijema očigledno zavisi od bogatstva fonda kodova. Ove „matrice“ postaju neefikasne kada primaoci raspolažu njima u ograničenom broju, jer ih to čini nesposobnim da poruku odgonetnu na odgovarajući način. Takav je slučaj kada se traže — pa se i poveruje da se otkrivaju — figure u apstraktnom slikarstvu. Kada se film s filozofskom porukom tumači kao kriminalna ili ljubavna priča, na primer *Do poslednjeg daha*, ili kao istorijska freska, na primer Jančovi *Očajnici*; ili kada se Semprunov roman *Veliko putovanje* prima kao spomen na koncentracione logore, itd.

Priroda ovog nesporazuma je očigledna: nisu u pitanju samo pojedine informacije koje se gube ili pojedini delovi poruke koji se pogrešno tumače, već jednostavno je estetski proizvod sasvim nešto drugo od onoga što se prenosi.

Statistička obrada odgovorâ dozvoljava tvrdnju — za sada privremenu i podložnu proveru — da samo 50% informacija sadržanih u nekom filmu gledaoci prihvataju bez grešaka. Sedamnaest posto se razume neprecizno, dok se 33% vizuelne i verbalne informacije pogrešno prihvata ili se sasvim gubi.

Prema našoj pretpostavci, selektivni instrument koji to reguliše deluje na tri nivoa:

Gruba selekcija se vrši prema statističkim zakonima verovatnoće vizuelne percepcije (uočeno je, na primer, da, kada je filmska slika sačinjena od tri različita nivoa, pojedinci, gledajući tri puta film, svaki put uočavaju različiti plan slike).

Mehanizam drugog selektivnog nivoa pokazuje psihosociološke dispozicije u širem smislu, na primer ideološke referencije, uspomene, itd. (kukasti krst na rukavima fašističkih vojnika brže uočavaju oni koji su preživeli drugi svetski rat nego mladi).

Treći selektivni nivo se određuje konkretnom „matricom” primenjenom na čitavo delo. Primer: pojedini ispitanici su pogrešno razumeli poslednji kadar Godarovog filma. Umesto da shvate da Patricija oponaša Mišelov stereotipni pokret, a zatim odsutno i zamišljeno okreće glavu, rekli su da očajničkim pokretom rukama pokriva lice. Svi oni koji su ovako odgovorili protumačili su film kao ljubavnu povest; želeli su da Patricija spase Mišela i da ga spreči da nastavi „putem greha”.

Tri nivoa „pogrešne selekcije” informacija samo delimično objašnjavaju razne tipove nesporazuma, prvo zbog toga što je problem raznih slučajeva gubljenja informacije do sada analiziran samo za filmove, a drugo, što su u pitanju samo pojedinosti, dok nesporazum, kao što smo videli ranije, može da se odnosi i na delo u celini. Značajna su sledeća četiri tipa nesporazuma: 1. nesporazum koji se neposredno odnosi na eksplicitni tekst dela; 2. nesporazum koji se odnosi na veze između elemenata; 3. nesporazum koji se odnosi na logiku dela; i najzad, 4. nesporazum u dubljem i širem smislu, koji se odnosi na poruku i na globalnu estetsku prirodu dela.

Jasno je da ova četiri tipa pripadaju dvema različitim kategorijama. Prva dva tipa podrazumevaju elemente o kojima se ne može raspravljati. Činjenicu da Mišel Poakar ubija policajca iz očajanja i bez predumišljaja, ili da časovničar iz *Petog pečata* nije kukavica lako je dokazati na osnovi tekstova. Međutim, dva druga tipa već zavise od izvesnih stereotipa korišćenih u toku recepcije estetskih proizvoda, stereotipa koji proističu iz kulturnih stavova svojstvenih određenim sociokulturnim sredinama. U pitanju su dakle načini tumačenja, primenjivanje shema čija prikladnost ili neprikladnost ne može da se neposredno proveriti u tekstovima dela. Prema tome, ako se vratimo na pitanje koje smo postavili u početku, tj. u kojoj se meri s pravom upotrebljava pojam nesporazuma kada je reč o estetskim proizvodima, može se zaključiti da je za prva dva tipa moguće dati potvrdni odgovor. Na nivou elementarnog razumevanja teksta, pojam nesporazuma ima jasno određeni smisao i primenljiv je. Što se tiče dva poslednja tipa, problem je složeniji.

Ko odlučuje da je logika jednog dela tragična. Da poruku jedne apstraktne slike treba tražiti u većini slučajeva na nivou formalnih elemenata a ne u tematici. Da u nekom filmu ili u priči nije važan istorijat ličnosti, već problematika koju ona nastoji da objasni? Uvek je reč o „kompetentnoj eliti”, skoro institucionalizovanoj,

koja sebe smatra stegonošom estetske kulture određenog društva. (Drugo je pitanje kako i u kolikoj meri kompetenciju te elite priznaju i ostale sociokulturne sredine.)

Prema tome, u slučaju prva dva tipa nesporazuma, problemi se odnose na činjenice. Dok je u druga dva slučaja reč o problemima sociološke i kulturne prirode. Drugim rečima, nesporazumi prva dva tipa proističu iz izvesne nesposobnosti da se prilikom prijema primene elementarna pravila komunikacije na estetska dela. Nesporazumi druga dva tipa nastaju usled nepoznavanja izvesnih kulturnih pravila, iz isključivanja polja komunikacije kojim vladaju ta pravila, i koje se može sociološki odrediti.

U tom smislu, ovaj pojam je takođe primenljiv i na slučajeve koji spadaju u druga dva tipa nesporazuma. Dakle, što se tiče druga dva tipa, sociologija umetnosti može uvek ustanoviti prisustvo i delovanje nesporazuma koji se mogu odrediti u odnosu na tumačenje (ili tumačenja) dela od strane određene „kompetentne elite“.

Treće pitanje, pitanje alternative anomično/organsko, postavlja se zbog toga što estetski nesporazum nije izuzetna već opšta pojava. Štaviše, može se reći da se, u najrazličitijim zemljama, polazna tačka istraživanja u oblasti sociologije umetnosti ne svodi na običnu činjenicu isključenja masa iz estetske kulture ili na delovanje gore opisanih mehanizama selekcije, već i na činjenicu da većina ljudi nije sposobna za odgovarajuće dekodiranje (na dva gore objašnjena nivoa — elementarnom i kulturnom). „Uspostavljajući kontakt” sa estetskim proizvodima koji kolaju u jednom društvu, oni — budući da raspolažu samo ograničenim shemama tumačenja, osiromašenim i okamenjenim — odstranjuju iz poruke sve što protivreči ili premašuje te sheme, pa tako estetsko iskustvo iskrivljuju ili ga svode na stereotipe.

Za klasičnu teoriju komunikacija nesporazum je uvek anomalija, što ne isključuje da je u sociološkom smislu reč o društvenoj činjenici (stoga, uostalom, jedna savremenija teorija o društvenoj komunikaciji treba da zameni pojam „šuma” („bruit”) novom koncepcijom, tj. koncepcijom o pogrešnom odgonetanju, kao sastavnom delu funkcionisanja sistema komunikacija). A to znači da, pristupajući problemu estetskog nesporazuma, pitanje zašto i kako nije dovoljno. Treba razmišljati o značenju koje za estetsku komunikaciju ima organsko prisustvo nesporazuma; treba postaviti sledeće pitanje: kakva treba da bude funkcija estetske komunikacije, kada je jedna od njenih najvažnijih oso-

benosti iskrivljavanje ili gubljenje poruka koje prenosi.

Dubina i složenost tumačenja

Ovaj problem je na prvi pogled relativno jednostavan. Činjenice se lako mogu posmatrati. Ali, naravno, nije dovoljno utvrditi da ima površnijih i dubljih tumačenja: potrebno je naći varijable koje ih precizno definišu. Kao osnovu za naše podatke postavljamo dve varijable koje deluju u procesu prijema: a) stepen autonomnosti mišljenja primaoca, i b) stepen sposobnosti za sintezu. Na osnovu prve varijable može se ustanoviti stepen originalnosti tumačenja, dok druga omogućava da se izgradi sistem kategorizacije.

a) Stepem originalnosti se kreće od tumačenja koje ima karakter klišeja pa sve do nezavisnog, samosvojnog, slobodnog razmišljanja koje suvereno ponire u dubine značenja. Moglo bi se navesti dosta takvih primera na osnovu reagovanja osoba kojima smo postavljali pitanja u vezi sa romanima, filmovima i slikama. Pored toga što se odgovori koji su se neposredno odnosili na izvesne bitne simbole ili epizode (kao na primer, raspeće okrenuto glavom nadole u *Pepelu i dijamantu*, značenje smrti, to jest slobode za Manuela Zerara u *Velikom putovanju*, itd.), mogu razvrstati po čitavoj skali na osnovu kriterijuma autonomnosti, pouzdanost ovog kriterijuma statistički je dokazana, te zbog toga ima opštije metodološko značenje. Za romane je pripremljen test pomoću kojeg je tačno izmeren stepen autonomnosti mišljenja naših čitalaca u odnosu na moguća tumačenja pročitano, to jest njihova sposobnost da prevaziđu stadijum pasivne recepcije i da se potrudu da nađu originalna rešenja koja izražavaju njihovo sopstveno iskustvo. Stavove izražene na osnovu ovog testa mogli smo da svrstamo prema stepenu „aktivnosti“ i „pasivnosti“ primaoca. Kao što smo već pomenuli, uzorak čitalaca bio je isti kao i uzorak gledalaca slika. U slučaju ovih poslednjih, izvesni odgovori mogli su se tumačiti prema stepenu dubine značenja koji su ispitanici shvatili. Značajan je zaključak da je stepen „dubine“ tumačenja slika u direktnoj korelaciji sa stepenom „aktivnosti“ izražene prilikom čitanja. Prema tome, jasno proizlazi da povezanost tumačenja koja su razvrstavana prema kriterijumima „aktivno/pasivno“, (ili „površno/duboko“, ili „originalno/klišetirano“ — problem terminologije koju treba upotrebljavati ne mora se trenutno rešavati) nije nikako slučajna, već predstavlja ispoljavanje trajnijeg svojstva koje konstantno utiče na način tumačenja estetskog proizvoda.

b) Što se tiče druge varijable (stepen sposobnosti za sintezu), ona se za sada mogla primeniti samo za narativne proizvode. Tri kategorije — „bukvalno”, „identifikujuće” i „analitičko” — korišćene su prilikom obrade podataka dobijenih u francusko-mađarskom istraživanju, u kojem je saradivao Žak Lenart (Jacques Leenhardt). Međutim oni se mogu primeniti i na podatke koji se odnose na recepciju naših šest filmova.⁸⁾

„Bukvalno” tumačenje podrazumeva prosto ređanje događaja, i sve što se dešava u priči objašnjava se na osnovu očigledne narativne uzročnosti. U takvom čitanju se ne uočava „skriveni” ili „unutarnji” smisao, tj. smisao koji tvori sekvenca (verbalna ili vizuelna): sekvenca je po sebi smisao. „Identifikujuće” je takvo čitanje gde se smisao traži u ličnostima pripovetke, njihovom karakteru, sudbinama. Uzročnost događaja, sukoba, procesa je strogo vezana za ličnost: za sve što se dešava u romanu ili filmu, primalac nalazi objašnjenje u junacima sa kojima se poistovećuje ili koje odbacuje („neprijatelji”). Na trećem nivou — „analitičko-sintetičkom” — značenje se traži u elementima pripovedanja, traže se veze između pojedinih segmenata i nivoa sekvence. Iznećemo samo jedan primer za sve ove tipove čitanja, iz odgovora na upitnik o mađarskom romanu *Groblje rde*. Roman opisuje događaje koji su prethodili ubistvu koje je počinio mladi radnik usmrivši pretpostavljenog (tada manuelnog radnika) koji se oženio jednom od njegovih sestara, ali se potom razveo. Postavili smo sledeće pitanje: „Šta je razlog ubistva?” Evo odgovora „bukvalnog” tipa: „Zentaj (bivši zet) je uvredio Janoša (mladog radnika) koji se razbesneo”. Tip „identifikujućeg” čitanja: „Uzrok je Janošev karakter, on je osetljiv, prek, nepredvidljiv”, itd. Najzad, dva odgovora „analitičkog” tipa: „To je, na kraju krajeva, individualno reagovanje na klasni sukob”; „to je izraz i posledica Janoševe svesti o neuspehu, simboličan akt, naličje stvarne nemoci posebnog društvenog sloja”.

Podvucimo da ovde nije reč o prikladnosti odgovora, već o nivou na kojem se prilazi proble-

⁸⁾ Pomenuti test omogućio je da se uoči — izvan dihotomije „aktivnost/pasivnost” — i trojni sistem karakterističan za tumačenje pročitano delo prema kojem čitaoci pokazuju tendenciju da se dele na tri grupe u zavisnosti od toga da li „zaplet”, „društveno-istorijski kontekst” ili „apstraktno izražena poruka” ima za njih najveći značaj. Razlika između ove dve trihotomije sastoji se u tome što se došlo do one koja proizlazi iz francusko-mađarskog istraživanja putem veoma brižljive analize sadržine tekstualnih odgovora, dok je druga čisto kvantitativni rezultat testa u kojem je trebalo da ispitanici izaberu zajednička imena na dostavljenim listama. Neosporna sličnost ove dve trihotomije je utoliko više indikativna.

matici. Odgovori prva dva tipa su apsolutno prikladni po sebi, dok su odgovori koji pripadaju trećem tipu — nužno — fragmentarni, sporni, itd. Razlika leži u stepenu i prirodi intelektualnog napora koji je čitalac učinio.

Ako bismo, uopštavajući, pokušali da izvučemo neki zaključak, moglo bi se reći da se za dva pola (samostalnost i sinteza) realnost stavova stvara prema kontinuumu koji ide od fragmentarnog estetskog iskustva do strukturiranog i manje-više koherentnog iskustva. Prvo ima za posledicu gubljenje značenja koje proističe iz povezanosti („horizontalne” i „vertikalne” ili sintagmatične i paradigmatične) elemenata priče, dok strukturirano i koherentno iskustvo svestrano prodire u značenje putem samostalnog napora da se rekonstruiše.

Ostala takođe važna tumačenja

Ovaj problem spada u one veoma složene, koje smo najmanje proučili. Na prvom mestu, treba razlikovati osećajni i saznajni nivo u tumačenju svakog estetskog proizvoda. Na drugom mestu, treba voditi računa o istorijskom faktoru: sasvim je jasno da su grčke tragedije značile jedno starim atinjanima, drugo poznavacima u XVII stoleću, treće buržoaskoj publici s kraja prošlog stoleća, a četvrto današnjoj omladini. Na trećem mestu, očigledno je da u istom društvu značenje zavisi od klasne pripadnosti ili pripadnosti pojedinim sredinama. Na četvrtom mestu, treba pretpostaviti da pored ovih „matrica” formiranih kroz delovanje navedenih činilaca, postoji i relativno autonomno delovanje individualne svesti (s obzirom da ne postoji potpuno podudaranje između individualne i društvene svesti). Ako ostavimo po strani pojave koje ulaze u ovu drugu kategoriju, dobijeni rezultati još uvek ne omogućuju da se izgradi koherentna teorija koja bi mogla da objasni probleme tumačenja drugih estetskih proizvoda.

Međutim, za sada nas ne zanimaju činoci koji uslovljavaju različita tumačenja, već način na koji se ispoljavaju ta različita tumačenja, njihova struktura i načini na koje se kombinuju.

Neka uopštavanja do kojih smo došli zasnivaju se na više serija podataka koje smo dobili pre svega iz anketa o filmovima i slikama. S jedne strane, reč je o pitanjima kojima su ispitanici podsticani na razmišljanje o porukama dela, a s druge, o testovima izbora (na primer, liste poglavito afektivnih odrednica između kojih je trebalo da ispitanici izaberu četiri da bi

izrazili utisak koji su na njih ostavila zbivanja prikazana u filmovima, ili slike). U obzir su podjednako uzimane osećajne reakcije i saznavne manifestacije.

a) Na prvom mestu, utvrđena je fundamentalna razlika između osećajnih reakcija i saznavnih tumačenja. Osećajne reakcije iz skoro svakog uzorka u većini slučajeva pokazuju tendenciju jednoznačnosti. Sve se događa kao da postoji emocionalni društveni konsenzus, a način na koji ljudi žele da ih delo „obuzme“ ili na koji „prodire u njihovu svest“ (Lukač) je suštinski isti za većinu primalaca određene kulture. Saznavna tumačenja, naprotiv, pokazuju veliku raznolikost i odraz su stavova koji se radikalno razlikuju. Anticipirajući analizu koju treba tek izvršiti, moglo bi se reći da se razlike u estetskoj praksi počinju delimično ispoljavati tek na nivou koji se nalazi „iznad“ primarnih, osećajnih stavova.

b) Međutim, granična linija između osećajnih i saznavnih reakcija je u izvesnom smislu uočljiva samo u statističkim pojmovima, jer, iako su reakcije osećajne prirode jednoznačne, one ipak, često nisu homogene. Svrstavanje odgovora po kategorijama pokazuje da su izbori „ograničeni“, i da veliki deo mogućih odgovora nije bio korišćen i, prema tome, može često da pokriva potpuno različite stavove. Iste slike mogu jednovremeno da budu i tragične, i vedre i razdražujuće za iste grupe ispitanika. Smatramo da ne postoji protivrečnost između postojanja afektivne jednoznačnosti i saznavne različitosti, već da je u slučaju jednoznačnosti u pitanju semantički proces, dok različitosti u stavovima zavise od pragmatične sfere. Drugim rečima, primaoci koji pripadaju istoj kulturi primenjuju u izražavanju afektivnog aspekta estetskog iskustva stereotipni, veoma ograničeni kod koji odražava semantički konsenzus. Istovremeno ovaj semantički konsenzus ne znači pragmatičnu homogenost doživljenog iskustva. Da pojednostavimo problem: moguće je da neka slika izaziva kod pojedinih lica tragična osećanja, a kod drugih vesela, ali činjenica da oni raspolažu veoma ograničenim jezičkim kodom, oblikovanim određenom kulturom, za izražavanje svojih estetskih osećanja, uslovljava jednodušnost odgovora koju smo utvrdili.

Na prvi pogled se čini da su konstatacije pod a) i b) protivrečne. Ili postoji društveni konsenzus na osećajnom nivou, ili su pak naši podaci samo rezultati veoma stereotipne jezičke formulacije. Podrobna analiza distribucije odgovora (koju ovde nije moguće dati) dokazuje da je tačno i jedno i drugo. S jedne strane, tendencija ka stereotipima je nesporna (to jest, osećaji se

osiromašuju u izvesnom smislu da bi bili verbalizovani). S druge, tipovi osećanja za isto delo ili istu epizodu su zaista malobrojni: naša lista prideva (sastavljena od 34 reči) omogućavala je da se izabere sedam do osam tipova osećanja, međutim, prilikom svakog testiranja ispitanici su, u stvari, najviše koristili tri tipa osećanja, a u većini slučajeva dva.

c) Povodom ovoga treba govoriti o manje opštoj, ali ne i o manje važnoj pojavi. Za pojedine estetske proizvode mogla se uočiti izvesna polarizacija reakcija, posebno za vrednosne sudove. Takav je bio slučaj sa filmom Mikloša Janča *Crveni psalm* (koji je bio predmet posebnog istraživanja). Od ispitanika smo tražili da navedu epizode koje su im se najviše i najmanje dopale. Svrstavajući odgovore po učestalosti, dobili smo dve skoro identične globalne liste. U ovom slučaju, jasno je da su dva izraza, „dopada” i „ne dopada”, samo poslužila da se kodifikuje iskustvo koje je u stvari trebalo da bude identično. Po učestalosti na čelu obe liste se nalaze epizode nasilja. Određenje ovog efekta kao pozitivnog ili negativnog zavisi, čini se, od sistema globalnih stavova primaoca. To je bez sumnje fenomen koji ima lice i naličje. S jedne strane, moglo bi se reći da je u pitanju samo jedan i to isti utisak kod svih primalaca, a određenje pozitivno i negativno izgleda drugostepeno, to jest slučajno. Ali, problem se može sagledati i na drugi način i reći da je utisak po sebi samo prazna forma, da potiče usled posebnog spoja utisaka iz više epizoda. U tom slučaju značajan je stav primaoca, koji može biti pozitivan ili negativan; od pozitivnog ili negativnog suda zavisiće na kraju prihvatanje estetskog proizvoda i njegovo tumačenje. Možda treba prihvatiti obe hipoteze i pretpostaviti da jednoznačnost osećanja pred snažnim efektima potiče od afektivnog konsenzusa, dok kodifikacija, verbalna racionalizacija ovog efekta u obliku suda potiče sa kognitivnog nivoa, gde deluju i ideološki činioci. Jasno je da ovde dodirujemo veoma složeni sistem reagovanja na dela, čiji različiti elementi ni izbliza nisu sagledani, ali koje je analiza jedne skupine bitnih pojava bar delimično osvetlila.

Najzad, da bi se mogao postaviti izvestan broj problema koji ukazuju na smerove mogućih istraživanja, podsetimo takođe i na postojanje čitavog niza podataka koji omogućuju uočavanje dualiteta — istovremeno posrednog i neposrednog — estetskog iskustva. Ako se ideološki stavovi u širem smislu — koji se ispoljavaju u saznajnom tumačenju estetskih proizvoda — ne mogu neposredno svesti na sociološke determi-

nante⁹⁾, drukčije stoji stvar sa „estetskom ideologijom” ili, drugim rečima, sa funkcionisanjem sistema čisto estetskih vrednosti.

Naši osnovni podaci jasno pokazuju da su selekcija i sposobnost odgonetanja kôda u direktnoj korelaciji sa školskim obrazovanjem. Štaviše, svako zauzimanje estetskog stava u kojem ima i ideoloških elemenata (na primer, odgovori na pitanje: „kakav treba da bude roman koji vredi da se čita”, ili odgovori kojima se izvesne slike označavaju kao „razumljive” ili „nerazumljive”, itd.), pokazuje da odgovori na prvom mestu zavise od nivoa obrazovanosti ispitanikovog oca, odnosno u biti od stepena obrazovanosti samog ispitanika. Istovremeno, dešava se da to zauzimanje stavova ideološke prirode biva protivrečno sa neposrednom, autentičnom reakcijom prema estetskom proizvodu. Na primer, sistem izraženih očekivanja (o svojstvima dobrog romana) praktično ne zavisi od stava koji je čitalac ispoljio kroz izvesne testove. Drugim rečima, lica koja svojim verbalnim očekivanjima izražavaju samo potrebu izbegavanja, mogu imati, možda nesvesno, mnogo dublja književna iskustva, i obratno. Iste osobe koje na agresivan način ocenjuju apstraktne slike kao „nerazumljive”, mogu veoma dobro da ih procene i da ih sa razumevanjem analizuju kada odgovaraju na jasno postavljena pitanja.

Polazeći od ovih činjenica, može se izneti pretpostavka da se opšti stav prema estetskom proizvodu sastoji od dva relativno nezavisna mentalna procesa, tako da je moguće da taj stav bude doveden u pitanje, izmenjen ili napušten. Prvi proces neposredno zavisi od sistema kulturnih vrednosti usvojenog u toku socijalizacije i vodi svemu onom što je u sticanju estetskog iskustva posredovano normama (kao što to pokazuju dobro poznati testovi koji ukazuju na zavisnost estetskog suda od poznavanja imena pisca, itd.). Drugi stvara neposredan, spontani estetski (osećajni — saznajni) efekat, pri čemu su pojedini aspekti ličnosti mobilisani nezavisno od ovih osnovnih normi.

Ovde ne treba biti u zabludi. U svakodnevnoj praksi delovanja estetskih proizvoda, „neposredno” reagovanje se veoma često konačno zamenjuje „posredovanim”, normativnim rea-

⁹⁾ U Mađarskoj bar, gde se mešaju učinci dve vrste pojava — s jedne strane, izrazito velika socijalna mobilnost za poslednjih trideset godina, u toku koje su se različite socijalne grupe radikalno pomešale, a s druge, neke duboke promene (različite prirode i tempa) nastale u sistemima vrednosti — imali su za posledicu činjenicu da se trenutno ne mogu naći socio-demografski indikatori, primenljivi za globalnu društvenu lestvicu, na osnovu kojih bi se mogli ustanoviti glavni tokovi načina mišljenja i sistema vrednosti.

govanjem. Postavlja se pitanje nije li „neposredno“ reagovanje takođe uslovljeno kulturom, ali na jednom dubljem i teže dostupnom nivou.

Problem koji nam ostaje da rešimo može se formulisati u nizu pitanja:

1. Kakvi su međusobni odnosi — nesumnjivo pod uticajem kulture, epohe, društvene klase, estetske sfere, itd. — između ova dva srodna procesa koji tvore estetsko iskustvo?

2. Ako je ideološki nivo uslovljen socijalizacijom, a delimično i društvenim položajem, koje su to druge odrednice za koje do sada nije pronađena sociološka interpretacija? Ne dovodi se u pitanje determinizam sociološki i njegovo delovanje na ovaj proces, ali da bi se on utvrdio potrebno je imati u vidu čitav mehanizam funkcionisanja društvene svesti.

3. Može li se izneti pretpostavka da su upravo osnovni oblici uzajamnog delovanja ova dva procesa ti koji određuju — s obzirom na razdoblja kulture, društvene klase i estetske sfere — društvenu funkciju estetskih proizvoda?

4. Mogu li se protivrečnosti u delovanju ovog dualiteta objasniti uz pomoć psihoanalitičke teorije koja na sličan način shvata dijalektiku svesnog i nesvesnog, pretpostavljajući da je svesno kontrola nesvesnog.

5. Ako se, uzimajući u obzir sva dostignuća sociologije umetnosti, dođe do zaključka da „normalno“ — bar u našem razdoblju i u našoj kulturi — estetska komunikacija nije ništa drugo do rasprava društva sa samim sobom, stvaranje sistema samoopravdanja i samoposmatranja u kojem nijedan način mišljenja, nijedan sistem vrednosti ne nalazi ništa drugo do sebe sama (kao da je svaki sistem vrednosti sačinjen samo zbog toga da bi sprečio svako prelivanje i svaki raskid) — može li se pretpostaviti da je dijalektička tenzija ova dva procesa ipak bila uzrok kidanja, čime su stvoreni uslovi za stalna prevazilaženja (kako u stvaranju tako i u primanju), unoseći element *dogadaja*? I možda tada nije više u pitanju estetska komunikacija, već sistem društvene komunikacije u celini.

Literatura

Altick, R.: *The English common reader*. Chicago, III. University of Chicago Press, 1957.

Bourdieu, P.: *Éléments d'une théorie sociologique de la perception artistique*, *Revue internationale des sciences sociales* 20, 1968, 640—664.

- Bourdieu, P.; Darbel, A.: *L'amour de l'art*. Paris, Ed. de Minuit. 1969.
- Duncan, H. D.: *Language and Literature in society*. Chicago, III., University of Chicago Press, 1953.
- Duncan, H.D.: *Sociology of art, literature and music*, pp. 482-497, u: H. Becker; A. Boskoff (eds.), *Modern sociological theory in continuity and change*, New York/ Chicago, III, Holt, Rinehart and Winston, 1957.
- Escarpit, R.: *Sociologie de la littérature*, Paris, PUF. 1968.
- Festinger, L.: *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, Calif., University of California Press. 1957.
- Jacobs, N. (ed.) *Culture for the millions?* Boston, Mass. 1964.
- Jarvie, I. C.: *Towards a sociology of the cinema*. London, Routledge and Kegan Paul. 1970.
- Kloskowska, A.: *Kultura masowa*, Varsovie, 1964.
- Lazarsfeld, P.F.; Katz. E.: *Personal influence*, New York/London, Free Press/Collier McMillan, 1955.
- Löwenthal, L.: *Literatur und Gesellschaft*. Neuwied-am-Rhein, 1964.
- McMullen, R.: *Art, affluence, and alienation*, London, Pall Mall Pres. 1968.
- Meylakh, B. S.: *Hudožestvennoje vosprijatije* (Perception aritistique), Léningrad, 1971.
- Moles, A.A.: *Théorie de l'information et perception esthétique*. Paris, Flammarion, 1958.
- Ratchouk, I.A.; Koutorgue, Z.G.: *Sotsiologičeskije issledovanija kinematografa* (Recherches sociologiques sur le cinématographe). Moscou, 1971.
- Rosenberg, B.; White, D.M. (eds.): *Massculture*. The popular arts in America. New York/London, Free Press of Glencoe/Collier McMillan, 1966.