

PERCEPTIVNA PRIMERJAVA KOT TEMELJ FILOZOFIJE UMETNOSTI

Harry LEHMANN

Karlsgartenstraße 14, 12 049 Berlin, Deutschland

hry.lehmann@gmail.com

Povzetek

Estetika je ...? Začeti stavek lahko nadaljujemo in zaključimo na dva različna načina. Po eni strani lahko rečemo: *estetika je znanost o percepciji*, po drugi: *estetika je filozofija umetnosti*. Na tem mestu avtor skuša predstaviti teorijo, s katero si prizadeva premostiti vrzel med tema dvema estetiškima tradicijama. Teorijo je razvil v knjigi *Gehaltsästhetik. Eine Kunstphilosophie*, ki je izšla januarja 2016. Iz kazala je razvidno, da prvi dve poglavji tematizirata tradicijo estetike kot vede o percepciji (v njenem okviru predstavi avtor novo teorijo estetskega izkustva in teorijo lastnih vrednosti percepcije [*eigenvalues*]), v naslednjih dveh poglavjih pa se ukvarja s tradicijo estetike kot filozofije umetnosti. V njima predstavi teorijo refleksivnih vrednosti, s pomočjo katere lahko rekonstruira glavne cezure v zgodovini zahodne umetnosti.

Ključne besede: estetska praksa, perceptivna primerjava, estetsko izkustvo, *eigenvalues*, *Gehaltsästhetik*.

Perceptual Comparison as the Foundation for Art Philosophy

Abstract

“*Aesthetic is ...?*” We can finish this sentence in two different ways. “*Aesthetic is ...*” could be understood as the science of perception, and “*Aesthetic is ...*” could be understood as philosophy of art. What the author tries to do in the article is to present his theory which works on closing the gap between these two traditions of aesthetics. He developed this theory in his book *Gehaltsästhetik. Eine Kunstphilosophie (Contents-aesthetics. A Philosophy of Art)*, which was published in January 2016. In the table of contents, you can see that the first two chapters are developed within the tradition of aesthetic as a science of perception (here the author introduces a new theory of aesthetic experience and a theory of *eigenvalues* of perception), and the following two chapters belong to the tradition of art-philosophy. Here the author introduces a theory of reflexive values and by the help of this theory, he is able to reconstruct major caesuras in the history of the Western art.

168

Key words: aesthetic practice, perceptual comparison, aesthetic experience, *eigenvalues*, *Gehaltsästhetik*.

Tema našega srečanja je »*Estetika je ...*«. ¹ Začeti stavek lahko zaključimo na dva načina. Po eni strani lahko rečemo: *estetika je znanost o percepciji*, po drugi: *estetika je filozofija umetnosti*. Danes bom skušal predstaviti teorijo, s katero si prizadevam premostiti vrzel med tema dvema estetiškima tradicijama. Teorijo sem razvil v knjigi *Gehaltsästhetik. Eine Kunstphilosophie*, ki je izšla januarja 2016 (Lehmann 2016b). Iz kazala je razvidno, da prvi dve poglavji tematizirata tradicijo estetike kot vede o percepciji (v njenem okviru predstavim novo teorijo estetskega izkustva in teorijo lastnih vrednosti percepcije [*eigenvalues*]), v naslednjih dveh poglavjih pa se ukvarjam s tradicijo estetike kot filozofije umetnosti. V njima predstavim teorijo reflektivnih vrednosti, s pomočjo katere lahko rekonstruiram glavne cezure v zgodovini zahodne umetnosti.

V prvem delu knjige razvijem teorijo estetske izkušnje, ki temelji na pojmu estetske prakse, se pravi, prakse perceptivnih primerjav. Paradigmatično estetsko situacijo lahko predstavlja situacija na tržišču. Na trgu smo se prisiljeni odločati o nakupu med podobnimi predmeti, ki so enako uporabni. Tovrstne odločitve sprejemamo s pomočjo perceptivnih primerjav. Perceptivna primerjava se v tem primeru preoblikuje v emocionalno primerjavo: poskušamo ugotoviti, kaj imamo raje. Na podlagi čustvene primerjave oblikujemo svojo estetsko sodbo. Ta pa bo spet upravičila našo odločitev o nakupu (slika 1).

169

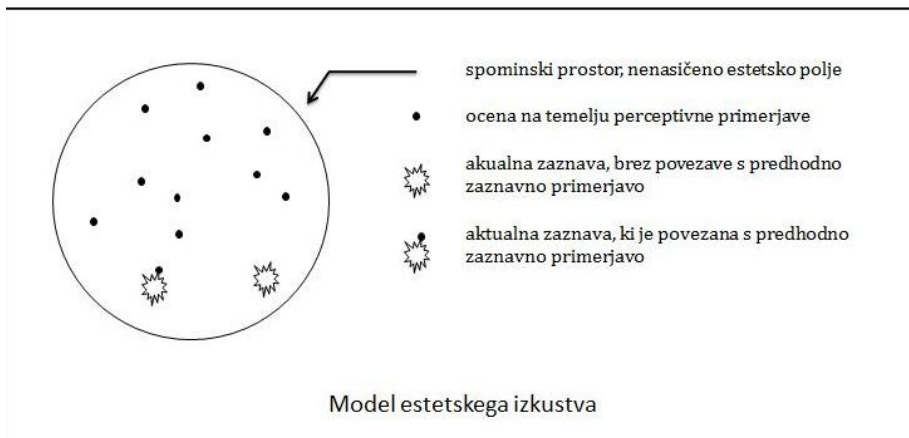
Estetika → estetska praksa



1 Gre za referat, ki ga je avtor imel 13. maja 2016 v Antwerpnu v okviru letne konference Nizozemskega združenja za estetiko (*Dutch Association of Aesthetics/Nederlands Genootschap voor Esthetica*), ki je nosila naslov »*Estetika je ...*«.

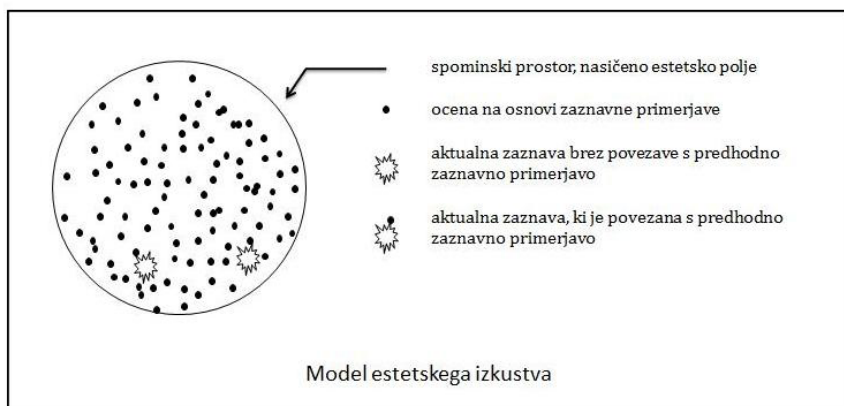
Tržna situacija se je po vsej verjetnosti pojavila že v bronasti dobi, ko je obstajala masovna proizvodnja lončenih izdelkov, ob Sredozemskem morju pa je bil razvit sistem trgovskih izmenjav. V takšni situaciji se lahko začne razvoj estetike. Preprosto zato, ker obstajajo dekorativne potrebe in permanentna praksa perceptivnih primerjav. V tej situaciji lahko obrtniki izboljšujejo svoje spretnosti, kupci pa svojo občutljivost za perceptivne in čustvene primerjave. To je situacija, v kateri se lahko v kulturi razvije nekaj takega kot *okus* (slika 2).

170



Vprašanje je seveda, kako lahko razložimo učinek učenja, se pravi, kako lahko razložimo sposobnost kultiviranja okusa. Tukaj predstavljam model razlage. Pri perceptivnih primerjavah sta pomembna dva vidika: vidik ocenjevanja in vidik spomina. Če se istočasno spominjate zaznanega predmeta in njegove čustvene ocene, lahko oceno iz sedanje perceptivne primerjave uporabite pri nadaljnjih perceptivnih primerjavah. To je glavna ideja. Pogoj za to pa je, da sta si dve estetski percepciji dovolj podobni, da sprožita asociacijo na predhodno perceptivno primerjavo. Shema prikazuje nesaturirano (nenasičeno) estetsko polje. To se pojavi, če nekdo pozna samo majhno število primerov. Pomeni, da oseba ni izkušena in običajno se v takem nenasičenem estetskem polju ne bo

sprožila nova perceptivna primerjava ali asociacija. Prav tako se ne bo sprožila asociacija na predhodne perceptivne primerjave (slika 3).



Obrnjena situacija je nasičeno estetsko polje. Poznamo veliko primerov. Nasičeno estetsko polje vsebuje veliko različnih perceptivnih primerjav in skoraj vsaka nova estetska percepcija sproži asociacijo s predhodno perceptivno primerjavo, se pravi, s predhodno estetsko oceno. To je model, ki pojasni, kako smo razvili okus. Več perceptivnih primerjav si zapomnimo, bolj okrepimo estetskost svoje sodbe.

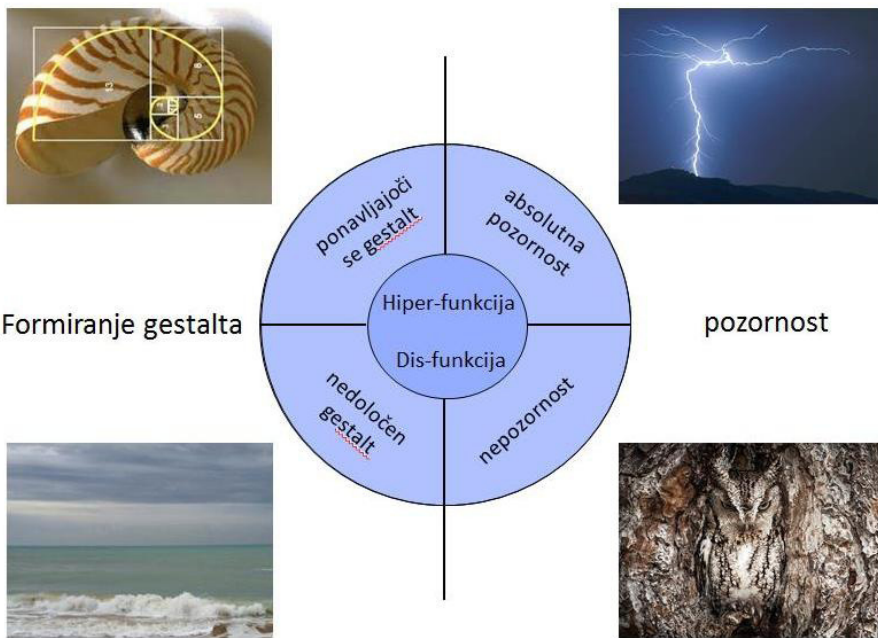
Moje pojmovanje estetskega izkustva je, da je to spomin na perceptivno primerjavo (*ein erinnertes Wahrnehmungsvergleich*). V estetskem izkustvu si zapomnimo percepcijo, denimo percepcijo okrašene vaze, skupaj z njo pa tudi čustveno oceno te percepcije v perceptivni primerjavi. Temu sledi vprašanje, od kod prihajajo vrednote, na katere se sklicujemo v perceptivni primerjavi. V tej zvezi se soočimo z raznovrstnimi estetskimi predikati: nekaj nam je lahko všeč, ker je lepo, sublimno, *seksi* ali *kul*, ali pa nam nekaj ni všeč zato, ker je banalno oziroma kičasto. Lahko bi domnevali, da imajo ti estetski predikati tudi različne izvore.

Razlikujem med tremi različnimi sistemi ocenjevanja: lastne vrednosti (*eigenvalues*), ki izhajajo iz narave našega perceptivnega aparata, transferne oziroma prenosne vrednosti (*transference values*), ki imajo podlago v družbenih navadah, in refleksivne vrednosti (*reflexive values*), ki temeljijo na opisih. Medsebojno prepletanje teh treh sistemov vrednosti lahko

predstavlja estetsko izkušnjo. Struktura moje knjige natančno sledi logiki tega argumenta. V prvem poglavju predstavim teorijo estetske izkušnje, ki temelji na perceptivnih primerjavah, v naslednjih poglavjih pa obravnavam lastne vrednosti, transferne vrednosti in reflektivne vrednosti.

Začnimo pri teoriji lastnih vrednosti (*eigenvalues*), kamor spadajo lepota, sublimnost, dogodek in ambivalentnost. Pojem lastnih vrednosti prevzemam iz matematike in fizike. Tu lahko določimo lastne frekvence oziroma resonančne frekvence mostov in strojev z matematičnimi enačbami, pri čemer tako imenovane »lastne vrednosti« (*eigenvalues*) predstavljajo rešitve teh enačb. Po analogiji govorim o lastnih vrednostih percepcije, ker te vrednosti temeljijo na zakonitostih našega perceptivnega aparata. Najprej moramo razviti osnovni model percepcije (slika 4).

172



Na sliki 4 je mogoče videti dvopartitni (dvodelni) model percepcije. Za vsak perceptivni aparat sta pomembni dve funkciji: formiranje gestalta in pozornost. Živali z vidom in sluhom s pomočjo distalnih senzorjev formirajo gestalt, oblikovanje gestalta pa je pri njih v funkciji preživetja. Živali potrebujejo sposobnost prepoznavanja hrane, plenilcev ali paritvenih partnerjev, da se

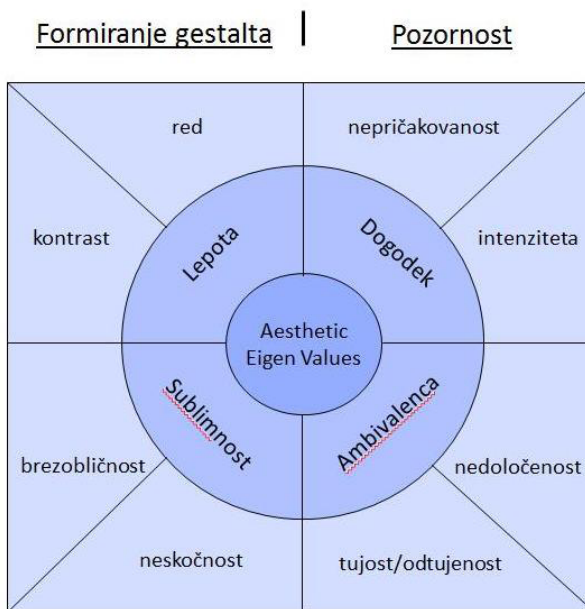
jim lahko bolj približajo ali se od njih oddaljijo. Pozornost pa je zmožnost osredotočenja perceptivnega aparata na tisto, kar se na obzorju percepcije zdi zanemarljivo. Torej, če mačka lovi miš, mora ta usmeriti svojo pozornost proti psu, ki laja za njenim hrbtom. Očitno ima pozornost tudi funkcijo preživetja, zaradi česar jo bomo našli v vsakem perceptivnem aparatu. Takó oblikovanje gestalta kot pozornost sta biološki funkciji, medtem ko lastne vrednosti to niso. Te so anomalije, hiperfunkcije in disfunkcije splošnih perceptivnih funkcij. To je torej osnovna ideja lastnih vrednosti.

Poglejmo najprej hiperfunkcije. Lastna vrednost lepote je bodisi ekstremen *gestalt* bodisi ponavljajoč se *gestalt*. Na sliki 4 vidimo školjko, ki ima obliko zlatorezne spirale (*spira mirabilis*), ta pa je izpeljana na osnovi proporca zlatega reza. V tem posebnem *gestaltu* se torej zlatorezni proporci pojavi dvakrat in tako dvakrat stimulira perceptivni aparat. Iz istega razloga slišimo čisto oktavo kot harmoničen zvok. V nasprotnem primeru dogodek ni zgolj nova percepcija, temveč nova percepcija, ki terja polno pozornost. Takšni percepciji sta na primer grmenje in bliskanje, ki takoj pritegneta polno pozornost. Lepota in pojav lastnih vrednosti percepcije (*eigenvalues*) sta posledici preobila informacij. Nasprotno pa pomanjkanje informacij pri oblikovanju *gestalta* in v sistemu pozornosti povzroča perceptivne disfunkcije.

V spodnjem levem kotu slike vidimo primer sublimnega, pogled na odprto morje. Tudi tu je zaznavni aparat z vsako vizualno informacijo vzpodbujen k oblikovanju *gestalta*, vendar mu to ob soočenju z odprtim morjem spodleti. To je učinek, ki ga zaznamo kot sublimnost. Spodaj desno lahko vidimo primer lastne vrednosti ambivalence: sova pred drevesom, perje katere izgleda kot drevesno lubje. V tem primeru nimamo dovolj vizualnih informacij, da bi ptico lahko ločili od njenega ozadja. Intencionalni sistem ne deluje le na ta način, da bi našo pozornost usmerjal k temu, kar je novo, ampak lahko prav tako povzroči, da nas oblika, ki smo jo že prepoznali, ne zanima več. Bodisi zato, ker smo zdolgočaseni, bodisi zato, ker se naša pozornost enostavno preusmeri drugam. Perceptivna ambivalenca to preusmeritev pozornosti zadrži ter pritegne našo pozornost bolj in za dlje časa kot običajen *gestalt*. Je bolj zanimiva kot običajen predmet.

Lastne vrednosti (*eigenvalues*) so anomalije privzetih perceptivnih funkcij oblikovanja *gestalta* in pozornosti. Čeprav je teorija skladna z raziskavami

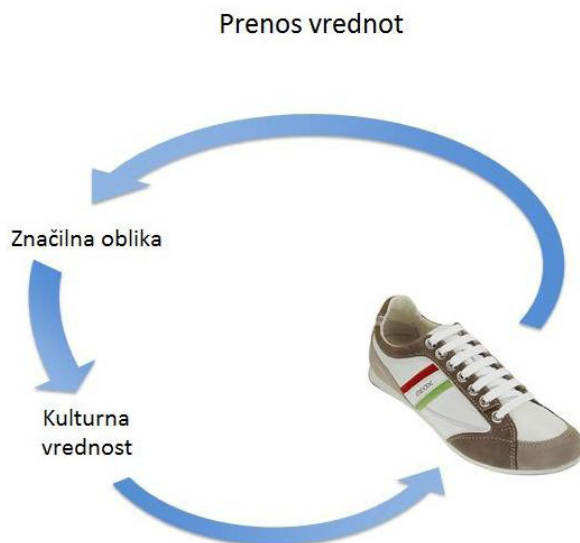
empirične estetike in nevoestetike, nam pri našem razumevanju umetnosti in oblikovanja ni v pomoč, če vemo, da je lepota posledica presežka informacij in da je sublimnost posledica pomanjkanja informacij v nevronske vezju možganov. V tej zvezi pravzaprav ne potrebujemo toliko nove estetiške terminologije, ampak nove besede, ki bi lahko skupaj z njo opisale in interpretirale umetnostne fenomene (slika 5).



174

Graf na sliki 5 predstavlja tovrstno prenovljeno terminologijo. Vsako *eigenvalue* lahko opišemo z dvema parametroma, ki se dopolnjujeta: lepota kot medsebojno prepletanje reda in kontrasta (kar je najbolj očitno v ornamentih ali klasični glasbi) ter sublimnost kot medsebojno prepletanje brezobličnosti in neskončnosti (kar je, denimo, vidno na sliki *Menih na obali* Casparja Davida Friedricha). Dogodek je medsebojno prepletanje nenadnosti in intenzivnosti. Ambivalentnost pa lahko opišemo kot prepletanje nedoločnosti in odtujenosti. Mimogrede, vedno lahko izvedemo miselni preizkus, da preverimo, ali sta predlagana parametra v resnici komplementarna. Kot preskusni primer vzemimo dogodek: nenaden dražljaj nizke jakosti ni dogodek, prav tako na nas kot dogodek ne učinkuje intenziven, stalen dražljaj.

Zelo na kratko se bom posvetil transfernim, prenosnim vrednostim, ki so odvisne od socialnega konteksta in socialnega okolja. Iz tega bi torej logično sledilo, da obstaja nešteto tovrstnih transfernih vrednosti. Načelo tega je, da se kulturna vrednota vedno prenaša z značilno obliko (slika 6).



175

Vzemimo primer: prikazani čevlji so hibrid med uličnim in estetskim čevljem. Čevlji je v tako imenovanem športnem slogu. Ima nekaj običajnih lastnosti čevlja, ki se uporabljajo za športno dejavnost, ker imajo te lastnosti v kontekstu športa posebno uporabno funkcijo. Športni čevlji mora biti lahek in stabilen, izjemno mora biti odporen na obrabo, zaradi česar ima močne vezalke, 12 očesc za vezalke in šive. Oblikovalec je te lastnosti športnega čevlja prenesel na ulični čevlji, čeprav je v pisarni nesmiselno nositi čevlje z 12 očesci za vezalke. Prenos značilne oblike z enega proizvoda na drugega ne pomeni nujno tudi prenosa specifične vrednosti. To se zgodi samo, če ima aktivnost, kakršna je šport, na katero se značilne oblike nanašajo, dejansko kulturno vrednost. V zvezi s športom je danes to nedvomno prisotno, v 19. stoletju pa ni bilo tako. Šport je povezan z uspehom, vzdržljivostjo, hitrostjo, te lastnosti pa so pomembne v sodobnem svetu dela in zaposlitve. Za vsakim vogalom bomo našli transferne vrednosti v modi, umetnosti, oblikovanju

in oglaševanju. Tukaj je še nekaj primerov, ki jih obravnavam v svoji knjigi (slika 7).

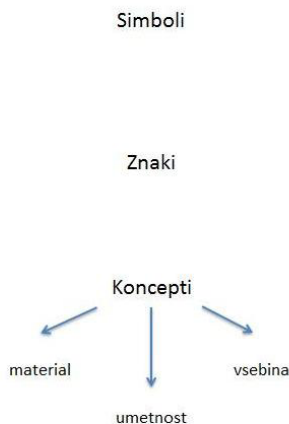
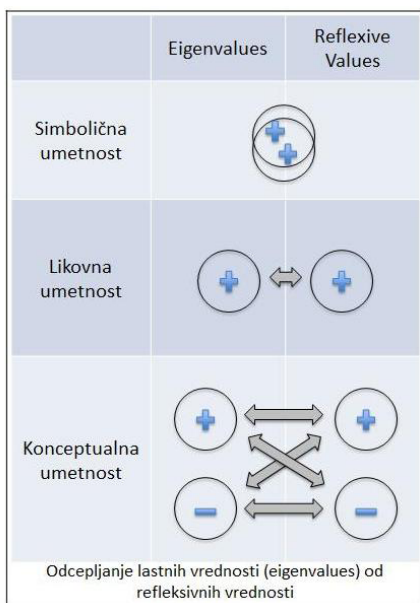


176

Vrednost *dolce vita*, ki se prenaša z rdečo porcelanasto papriko v italijanski trgovini spominkov, kulturna vrednost »letenja okoli sveta«, ki jo predstavlja prenosnik *MacBook Air*, ki ima obliko kril, subkulturna vrednost nekonformizma, ki se kaže v neravnem ovratniku suknjiča, ter ekološka vrednost domačih živali in njihovega bivalnega prostora (*artgerechte Tierhaltung* – živalim primerna reja), ki se prenaša z drago embalažo te ekološko vzrejene kokoši, kar sproži asociacijo na »zaščito«.

Tako kot lastne in transferne vrednosti tudi reflektivne vrednosti predstavljajo estetsko izkušnjo, vendar so za razliko od njih definirane v mediju jezika in besedila, v mitu, religiji, filozofiji, umetniškem manifestu, v literaturi ali teoriji. V estetiki se reflektivne vrednosti skoraj vedno pojavijo v povezavi z lastnimi vrednostmi (*eigenvalues*). Njihov odnos pa je vedno odvisen od zgodovinskih razmer, predvsem od socialne strukture družbe. Ta skrita soodvisnost nam omogoča, da rekonstruiramo tri glavna obdobja v zgodovini evropske umetnosti, kot lahko vidimo v tem modelu

(slika 8): obdobje simbolne umetnosti, likovne umetnosti in konceptualne umetnosti.



Z drugimi besedami lahko rečemo, da v teh treh obdobjih refleksivne vrednosti izpolnjujejo tri različne funkcije. Najprej so delovale kot simboli, nato kot znaki in nazadnje kot koncepti. Mimogrede, prav ta teorija odcepljanja od *eigenvalues* in refleksivnih vrednosti je tisto, kar v moji knjigi povezuje dve tradiciji estetike – estetiko kot teorijo percepcije in estetiko kot filozofijo umetnosti.

Poglejmo si поблиže to teorijo odcepljanja. V srednjem veku je bila družba hierarhična in diferencirana, in v takšnih socialnih razmerah je umetnost temeljila na simbolih. Lastne vrednosti in refleksivne vrednosti so bile močno povezane. Barve so se na primer uporabljale na simbolni način (v nemščini jih celo imenujemo *Symbolfarben*, simbolne barve). Lastna vrednost barve je bila opredeljena s pomenom teološke refleksivne vrednosti. Zlato ozadje slike je, denimo, predstavljalo onstranski svet. Podoben primer je *tritonus*, glasbeni interval treh celih tonov, ki so ga zaradi njegovega disonantnega zvoka poimenovali *diabolus in musica*, hudič v glasbi.

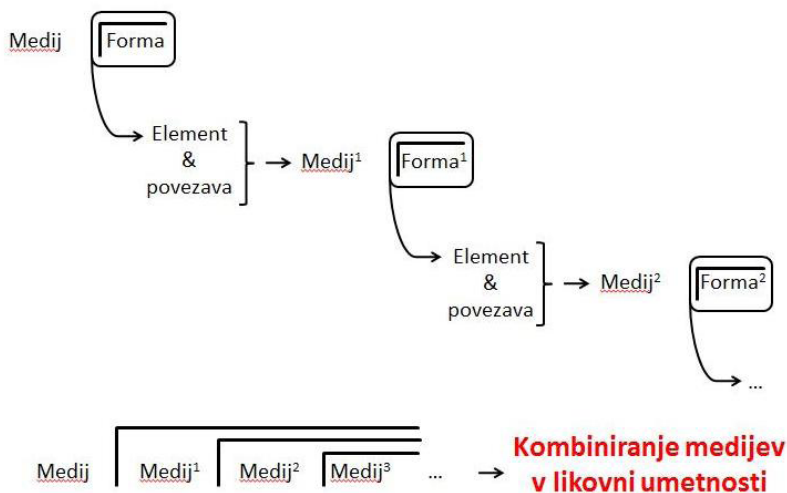
Od renesanse v 14. stoletju do romantike v 19. stoletju se je evropska umetnost razvijala v smeri lepih umetnosti, nemško *schöne Künste*, ali, z drugimi besedami, v smeri umetnosti, ki temelji na lastnih vrednostih lepote.

Pozitivna lastna vrednost lepote je povezana s pozitivno refleksivno vrednostjo, vendar na bolj prožen način kot v simbolni umetnosti. Estetske vrednosti niso več striktno vezane na dogmatsko teologijo, posledica tega pa je, da je to, kar je lepo, opredeljeno ne samo z eno, temveč z več refleksivnimi vrednostmi. To je omogočilo razvoj različnih stilov, kot so na primer manierizem ali barok, kar pod vrednostno shemo simbolne umetnosti ni bilo možno.

Obstaja razlog, zakaj je bila evolucija evropske umetnosti osredotočena na lastno vrednost (*eigenvalue*) lepote. Estetsko izkušnjo lepote lahko intenziviramo s tehniko, ki znotraj umetnine povečuje stopnjo reda in kontrasta. V nemščini to imenujem *Medienverschachtelung*, to pa je pojem, ki ga je skoraj nemogoče prevesti. Zato uporabljam izraz »ugnezden medij« (*nested medium*) po analogiji s setom ruskih babušk (slika 9).

178

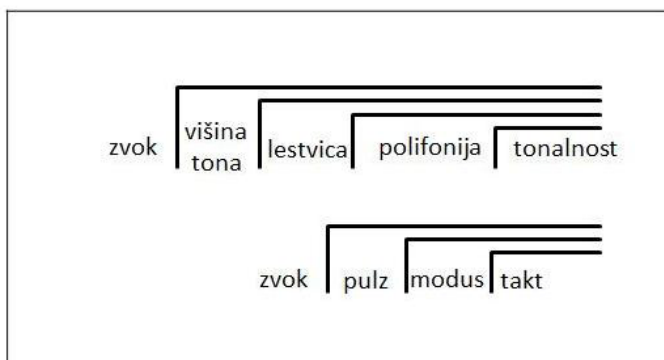
Model ugnezdenega medija
(nem. *Medienverschachtelung*)



Princip je povsem enak. En medij postaviš v drugega, kar poveča stopnjo reda in kontrasta, ki ga lahko sporočimo v tem ugnezdenem mediju. Prav tako poveča izkušnjo lepote, ki jo povzroči tak medij. Oblike v enem mediju lahko uporabimo za to, da oblikujemo nov medij višjega reda. Vsaka kombinacija oblik v takšnem ugnezdenem mediju ima potencial, da sproži umetno in

izrazito estetsko doživetje lepote. Vsaka zvrst lepih umetnosti izhaja iz takega ugnezdenega medija.

Ugnezden medij glasbe



179

Slika 10 prikazuje ugnezden medij glasbe, ki ga predstavljata razmerje med dvema parametroma: višino tona in ritmom. Če imamo medij zvoka, lahko izberemo nek konkreten zvok in ustvarimo medij konkretnega zvoka in medij višine tona. Če imamo medij višine tona, lahko izberemo posebno kombinacijo višin tonov, ki predstavlja lestvico. Če ustvarimo skladbo v mediju lestvice, lahko izberemo tone na način, da skupaj zvenijo harmonično, kar pomeni, da smo ustvarili medij polifonije. Če imamo medij polifonične glasbe, lahko določimo posebna pravila, ki ustvarijo tonalni sistem (tonalnost). S to evolucijo ugnezdenega medija se je razvijala evropska glasba v zadnjem tisočletju, do moderne dobe. Na enak način lahko rekonstruiramo ugnezden medij besedila in ugnezden medij slikarstva (prim. Lehmann 2016b, 118–130).

Za lepe umetnosti je bilo vedno značilno povečanje ali variacija reda in kontrasta, nikoli pa negacija teh parametrov. Red je predstavljal pozitivno reflektivno vrednost, ki je očitna, dokler lahko verjamemo, da je vesoljni red ustvaril Bog. V moderni dobi je ta sistem verovanja propadel, kar je odprlo

vrata popolnoma novemu tipu umetnosti. Sedaj lahko umetniki, skladatelji in pesniki s pomočjo negativnih reflektivnih vrednosti svobodno razvrednotijo pozitivne lastne vrednosti (*eigenvalues*), kot je recimo lepota. Nato pa lahko s pomočjo pozitivnih reflektivnih vrednosti prevrednotijo negativne lastne vrednosti.

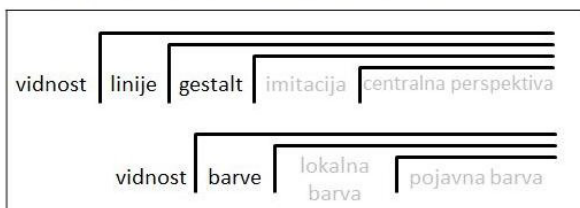
Zelo izstopajoč primer svobodne re-definicije te nove svobode do ponovnega opredeljevanja lastnih vrednosti s pomočjo reflektivnih lahko najdemo v romanu Thomasa Manna *Doktor Faustus*, kjer skladatelj Adrian Leverkühn napiše skladbo, v kateri bi morali disonanten zvok (negativna lastna vrednost) razumeti kot izraz duhovnega (pozitivna reflektivna vrednost), harmoničen zvok (pozitivna lastna vrednost) pa zaznati kot izraz pekla (negativna reflektivna vrednost).

Če reflektivna vrednost prevzame obliko koncepta, je umetnino mogoče organizirati na tri različne načine. (1) Koncepti lahko določijo organizacijo estetskega materiala v umetniškem delu tako kot v kubizmu ali ekspresionizmu. (2) Koncepti se lahko nanašajo na definicijo samih umetnosti tako kot v konceptualni umetnosti. In (3) koncepti lahko posredujejo informacije o vsebini umetniškega dela (slika 11).

180



Karl Schmidt-Rottluff:
Gostilna v Dangastu
(1910)



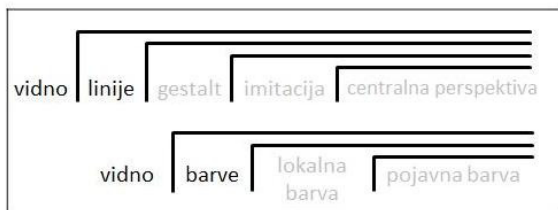
Začnimo s primerom konceptov, ki delujejo na ravni estetskega materiala. Umetnost klasičnega modernizma je oblikovana z dvema operacijama: z negacijo in z zamenjavo. Da bi pokazal, kaj se v resnici dogaja v sodobni likovni umetnosti, na tem mestu uporabljam shemo ugnezdenega medija. Sodobne umetnostne prakse so negirale lepoto lepih umetnosti, ki je temeljila na lastni vrednosti lepote. Delno negacijo ugnezdenega medija lepih umetnosti lahko na primer opazujemo v ekspresionistični sliki Karla Schmidta-Rottluffa, v kateri najdemo negacijo centralne perspektive in negacijo principa posnemanja. Kot vidite, sem to predstavil tako, da sem v modelu oba pojma obarval sivo. Vendar začasna suspenzija lepote ne pomeni, da umetnost klasičnega modernizma nima nobene estetske vrednosti. Nasprotno, negacija lepote umetniku omogoča raziskovanje drugih lastnih vrednosti percepcije. V ekspresionizmu je to lastna vrednost dogodka.

Pri analitičnem kubizmu gre za izključitev celotnega ugnezdenega medija slikanja, razen linij. Ravno to je pogoj, da estetiko lepote usmerimo k estetiki ambivalentnosti. Braqueova slika zadrži našo pozornost s tem, da nam pojasnjuje percepcijo. Ob njej se namerno trudimo videti vrč in violino, čeprav so podobe popolnoma nestabilne (slika 12).

181

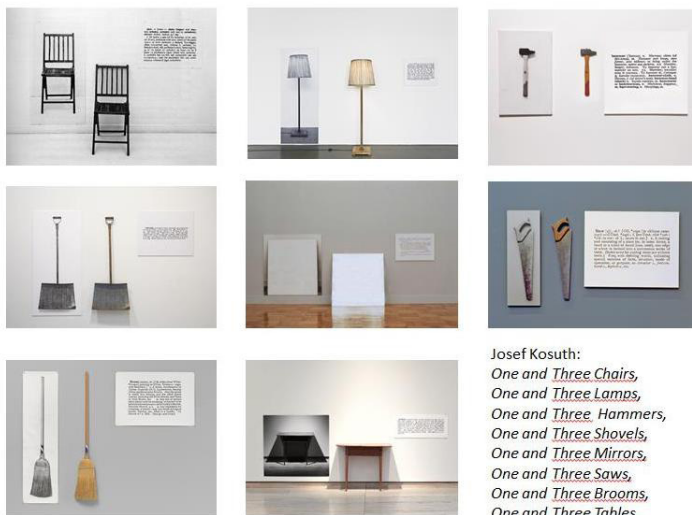


Georges Braque:
Vrč in violina (1911)



Do takšnega premika od lastnih vrednosti lepote proti alternativnim lastnim vrednostim dogodka, ambivalentnosti in sublimnosti je prišlo v vseh zvrsteh klasičnega modernizma. Primer za to so denimo tri paradigmatične skladbe nove glasbe, ki ne težijo več k čudovitim, harmoničnim zvokom, značilnim za klasično glasbo, temveč namesto tega uporabijo lastno vrednost dogodka. To lahko na primer opazujemo v Stockhausnovem delu *Kreuzspiel* (1951), ki temelji na lastni vrednosti dogodka, v prvem godalnem kvartetu Helmuta Lachemanna *Gran Torso* (1972), ki temelji na lastni vrednosti ambivalentnosti, in v Ligetijevi najslavnejši skladbi za orkester, *Atmosphères* (1961), ki je osnovana na lastni vrednosti sublimnega (prim. Lehmann 2016b, 152–167).

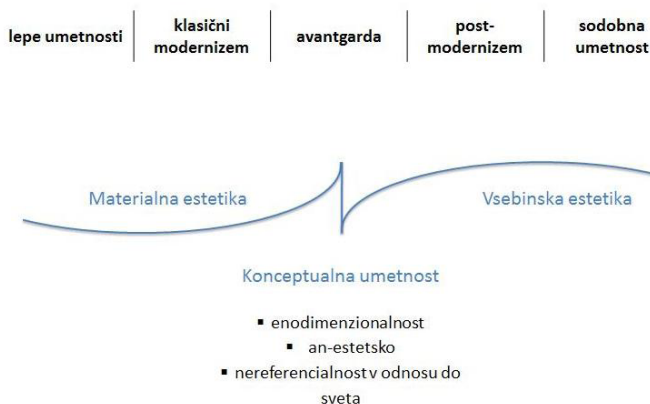
Takoj ko je v moderni družbi reflektivne vrednosti mogoče posredovati v obliki konceptov, postane mogoče, da zavrnilo vse estetske lastne vrednosti. To je značilno za analitično konceptualno umetnost, kjer se koncepti nanašajo na lastno predstavo umetnosti o sami sebi. Najboljši primer te vrste konceptualne umetnosti je delo Josepha Kosutha *One and Three Chairs* (*En in trije stoli*; 1965), ki se želi izogniti kakršnikoli estetski privlačnosti in ima torej anestetski značaj (slika 13).



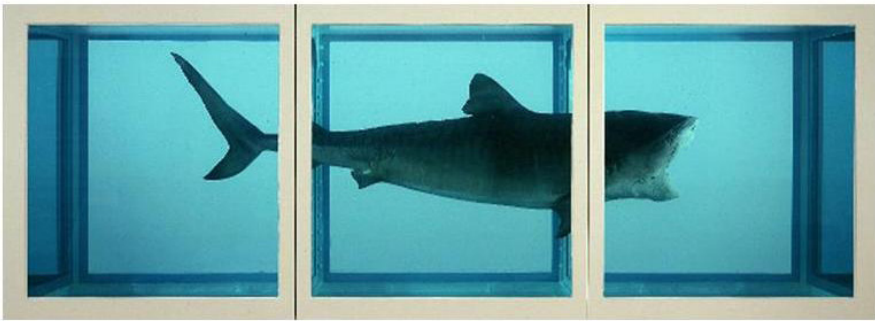
V knjigah o konceptualni umetnosti najdemo običajno samo sliko z naslovom *One and Three Chairs*, vendar je to le ena manifestacija iz serije

podobnih del, kot so *One and Three Lamps* (*Ena in tri svetilke*) in *One and Three Hammers* (*Eno in tri kladiva*) itd. Implikacija tega je, da prezentirani predmet ni pomemben. Konceptualna umetnost ima neko posebno preprostost, in to je tretja točka. Na nek način je enodimenzionalna. Sledi principu izomorfizma, kjer je v enem delu predstavljena natanko ena ideja. Na ta način konceptualne umetnosti ni mogoče interpretirati.

Analična konceptualna umetnost je bila reakcija na umetnost moderne, predvsem od tedaj, ko je postalo jasno, da se je zaključil tako imenovani snovni razvoj. S stališča teorije lastnih vrednosti bi rekel, da je v 60. letih prejšnjega stoletja postalo očitno, da so bile raziskane že vse alternativne lastne vrednosti in da novih ni mogoče odkriti. Še več: analitična konceptualna umetnost je bila in je zelo omejena zvrst. V zgodovini umetnosti ima vlogo ničelne točke. Prednost ničelne točke pa je, da jo je zelo enostavno premikati iz ene paradigme v drugo. Če ni več možno ustvarjati radikalno novih umetniških del z odkrivanjem in raziskovanjem novih estetskih lastnih vrednosti, lahko vsekakor iščemo nove teme, ideje in vsebine, ki jih je mogoče artikulirati in izraziti v umetniškem delu. Ta premik paradigme iz snovno-estetske usmeritve k vsebinsko-estetski imenujem vsebinsko-estetski obrat (*Gehalt-aesthetic turn*). Pri tem se sklicujem na nemški pojem »Gehalt« (vsebina) in »Gehalt-Ästhetik« v tradiciji Hegla in Adorna. Vsebinsko-estetski obrat pomeni, da estetska izkušnja ni sama sebi namen in ni le samosklicevanje na umetnostno zgodovino, temveč da estetska izkušnja v umetniškem delu izpolnjuje komunikacijsko funkcijo (slika 14).



Ta premik iz snovno-estetske k vsebinsko-estetski paradigmi je prav to, kar lahko danes opazujemo v sodobni umetnosti in je tudi končni argument moje knjige. Splošno znan in poučen primer tega je morski pes Damiena Hirsta s skrivnostnim naslovom *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* (*Fizična nemogočnost smrti v umu živečega*; 1991), ki se kot umetniško delo samo po sebi kaže kot vsebinsko-estetski obrat (slika 15).



Damien Hirst: *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* / *Fizična nemogočnost smrti v umu živečega* (1991)

Riba plava v treh zabojih, ki izgledajo kot minimalna umetnost Sola LeWitta. Damien Hirst prazne zaboje v zelo dobesednem smislu ponovno napolni z vsebino, ko vanje umesti morskega psa. To delo v vseh pomembnih aspektih presega akcijski radij konceptualne umetnosti. Najprej zato, ker ni anestetsko, saj razvidno uporablja estetiko minimalizma. V njem lahko najdemo celo nekaj zlatoreznih razmerij med proporci ribe in zabojev. Drugič, v odnosu do sveta delo ni več ne-referencialno, saj se v svojem dolgem in zapletenem naslovu eksplicitno sklicuje na temo življenja in smrti. In tretjič, delo ni več enodimenzionalno. Ne predstavlja samo ene ideje, ampak ima večplasten pomen. Vsebina (nem. *Gehalt*) se odvija z interpretacijo dela v luči koncepta, zapisanega v naslovu.

Namen mojega predavanja je bil, da pokažem, kako zapolniti vrzel med dvema estetskima tradicijama. Če začnete s teorijo estetske izkušnje, ki temelji na perceptivnih primerjavah, potem lahko na tej osnovi pridete na

sled parametrom, ki vam omogočijo identificirati tudi pomembne cezure v zgodovini umetnosti in analizirati sodobna umetniška dela.

Transkribiral in prevedel Jožef Muhovič

Bibliografija | Bibliography

Lehmann, Harry. 2006. *Die flüchtige Wahrheit der Kunst. Ästhetik nach Luhmann*. München: W. Fink Verlag.

----. 2016a. *Ästhetische Erfahrung*. Paderborn: W. Fink Verlag.

----. 2016b. *Gehaltsästhetik. Eine Kunstphilosophie*. Paderborn: W. Fink Verlag.