

ХОРИЗОНТОТ НА ОЧЕКУВАЊЕ НА ПУБЛИКАТА И УМЕТНИЧКОТО ДЕЛО

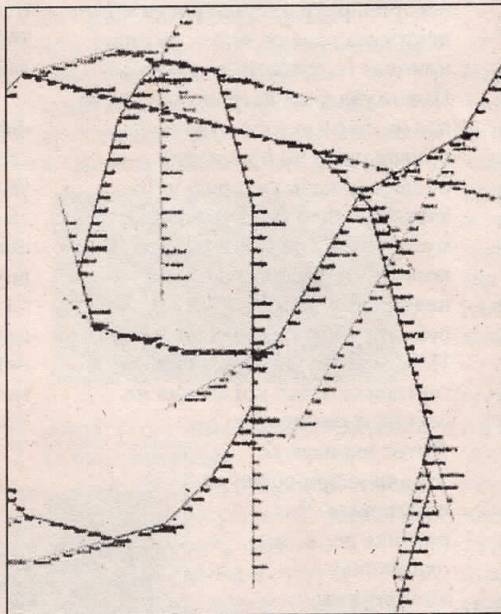
Ако уметноста ја сфатиме како комуникација преку тријадниот систем автор-дело-публика, тогаш ќе констатираме дека третиот чинител, публиката или оние на кои им е наменета уметноста се најзапоставени во таа тријада. Во многу уметнички дела или уметнички настани можеме да видиме дека публиката е или занемарена, или потценета, или во најдобар случај - изманипулирана. А во однос на публиката во теоријата постои цел еден правец наречен естетика на рецепцијата, во кој се сублимирани сите аспекти за публиката што може да се најдат во различните теориски школи и размислувања. Рецепцијата поаѓа од констатацијата дека уметност може да има само ако таа биде примена и разбрана од публиката, ако квалитетот на едно уметничко дело биде дестилиран низ свеста на публиката. Затоа уметност не може да биде она дело што не е појавено, изложено, печатено, што никој не го видел.

семоќниот автор

За разлика од старата уметност во која гледачот или слушателот на оралната уметност секогаш бил присутен, па дури во зависност од неговите перцептивни способности биле обликувани техничките, ритмичко-прозодиските и реторичките елементи на уметничкото дело, во многу денешни дела публиката е занемарена. Тоа се гледа во односот на авторот кој секогаш тврди дека ги изразува своите внатрешни светови (како публиката да нема такви), па ако биде разбран добро. Или дека делото самото по себе зборува, па тој нема што друго да додаде или да одземе за, евентуално, да ја направи комуникацијата повозможна. Во таа смисла, најдрастични се оние автори, а такви

има многу, што си се затвораат во своите „стаклени свона“ и велат дека создаваат по свој внатрешен ритам, во своите автентични циклуси, а најчесто она што го создаваат е анахроно, не наидува на комуникација со публиката чии што естетски вкусови се бесповратно изменети од немилосрдното време или од т.н. дух на времето. Во тој случај најчесто митологизираниот ескапизам е оној во кој авторот тврди дека не е разбран од публиката.

Другиот многу чест однос на авторите кон публиката е односот на потценување. Бројни се



примерите во сите области на уметноста во кои авторите ја сметаат публиката за недорасната, малоумна, некомпетентна, без свој уметнички вкус, и ѝ подметнуваат сè и сешто. За тривијалната уметност не зборуваме. Телевизиските серии и холивудските филмови иако грубо го нарушуваат нашиот естетски вкус и потреба, ќе ги оставиме настрана, тие се веќе “препознатливи заштитни марки“ и секој што е и малку свесен за суштината на уметноста лесно ги распознава. Она

што во многу претенциозни и сериозни дела навредува е нивната транспарентност, лесна направеност, нивната затскриеност зад препознатливите шеми и шаблони, нивното кичесто исцрпување на трендовските форми зад кои се кријат мал уметнички напор и симплификација. Кога тие ненамерно кичести дела нема да најдат на добар прием кај публиката, тогаш нивните автори се лутат и ја обвинуваат и публиката и критиката, како нејзин манипулатор, за злонамерност, провинцијалност, неупатеност во најновите светски случувања, а всушност не сакаат да

признаат дека публиката сосема добро ги разбира и актуелноста и вредноста на уметничките дела.

гаранција за квалитет

Третата ситуација е манипулаторски однос кон публиката. Во овој случај уметникот како носител на уметничкиот настан најчесто не е сам. Во неговата намера да ја изманипулира публиката, да создаде привид на квалитет, на несекојдневна вредност, му помагаат најчесто критичарот, како демек компетентна публика, издавачот или продуцентот кој активира силна пропагандна машинерија и уредникот на некој новинарски медиум што ќе отстапи ексклузивен простор за тој „несекојдневен“ настан. Таа спрега од просечното сака да создаде врвна вредност, да изгради мит, цврсто верувајќи дека помпезноста е доволна атрибут што треба да му се понуди на гледачот или на читателот за да се фати тој на “јадицата“.

Под ова не ги сметаме оние врвни дела во кои манипулацијата со публиката е всушност дел од поетиката, од правилата на играта, од креативното надмудрување меѓу

авторот и читателот.

Во овие драстични случаи на потценување, занемарување или манипулирање со сегментот публика не користевме конкретни примери. Не затоа што се плашиме да ги споменеме, туку затоа што внимаваме на добриот вкус што вие, почитувани реципиенти на овој есеј, го споделувате со нас, а примерите се толку присутни што ни излегуваат пред очи кога и да помислиме на овој однос автор-дело-публика.

феноменот публика

За разлика од споменатите случаи, теоријата на рецепцијата открива колку е комплексен и сложен феноменот публика. Колку е хоризонтот на очекување на публиката различен и колку сè различни интерференции постојат меѓу минатото и сегашноста. Така кај публиката новото дело евоцира хоризонт на очекување и правила од она што е веќе создадено. Ниедно дело не може да биде сосема ново. Но затоа токму во моќта на едно дело да ги прошири, коригира или да ги варира естетичките вкусови на публиката лежи неговата вредност. Не само што современиот читател или гледач има однос кон минатите дела, па некои дела се постојано присутни, некои се класика, некои се забораваат, па повторно се актуелизираат, туку и публиката на минатото некогаш го одредува современото дело, авторите што ја земаат предвид публиката често создаваат нови содржини условени од вкусот на минатото. Некогаш појавата на одреден тип публика го условува појавувањето на цел правец во уметноста како што е, на пример, електронската уметност. Од тие комплексни релации меѓу авторот и публиката, меѓу стопувањето и непоклопувањето на очекувањата на авторот и на публиката, на поделените вкусови меѓу различниот тип публика, настанува вредноста на едно дело. Затоа обидите на сите оние што го потценуваат тој однос со публиката завршуваат со неуспех.

Роберт АЛАЃОЗОВСКИ