

VEZA IZMEĐU DENOTATIVNOG I KONOTATIVNOG ZNAČENJA UMETNIČKIH SLIKA¹

Sandra Vasić i Slobodan Marković²

Laboratorija za eksperimentalnu psihologiju, Filozofski fakultet u Beogradu

Cilj ovog istraživanja bio je ispitivanje veze između procena denotativnog i konotativnog značenja slika. Denotativni domen definisan je preko kategorija motiva i poruke, a konotativni domen kao subjektivni doživljaj, odnosno, afektivna i metaforička impresija koju slika ostavlja na posmatrača. U preliminarnom istraživanju empirijski je definisana lista od 39 osnovnih motiva. Iz ranijih istraživanja preuzeti su instrumenti DZN-8 (Marković, 2006) za četiri bazične dimenzije poruke i SDS-16 (Radonjić i Marković, 2005) za četiri bazične dimenzije subjektivnog doživljaja slika. U prvom eksperimentu ispitanici su asocijali 39 motiva sa 18 slika. U drugom eksperimentu ispitanici su procenjivali poruke koje su sadržane u 24 figuralnih i apstraktnih slika. Korelacione analize pokazale su da su dimenzije SDS-16 značajno povezane sa svega pet od 39 motiva. Korelacione analize procena na faktorima SDS-16 i DZN-8 pokazuju da su Subjektivizam i Konstruktivizam u značajnim negativnim korelacijama sa Regularnošću, a pozitivnim sa Pobuđenošću. Sa druge strane, Dekoracija je u negativnoj korelaciji sa Pobuđenošću, a pozitivnom sa Atraktivnošću i Smirenošću.

Ključne reči: umetničke slike, denotativno i konotativno značenje, motiv, subjektivni doživljaj, faktorska analiza

¹ Ovaj rad je pomognut sredstvima Ministarstva za nauku i zaštitu životne sredine republike Srbije, projekat br. D-149039.

² Adresa autora: smarkovi@f.bg.ac.yu

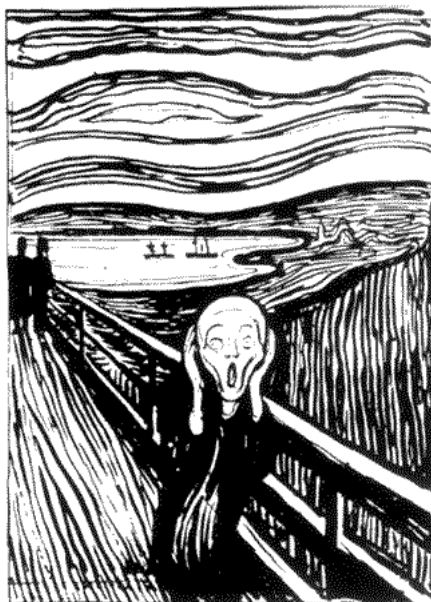
Umetničke slike mogu se definisati kao znakovne strukture koje referiraju na određene domene realnosti i preko kojih umetnik komunicira sa posmatračem. Koristeći specifična ikonička sredstva slikar posmatraču prenosi čitav spektar različitih informacija, od prikaza fizičkog izgleda spoljašnjeg sveta (npr. mrtve prirode, pejzaži i sl.) do ekspresije unutrašnjih psiholoških sadržaja (npr. emocije, snovi i sl.). Pri tome, umetničke slike mogu kodirati više informacija odjednom, što od posmatrača zahteva višestruki kognitivni angažman pri dekodiranju poruke. Na primer, jedna slika može da prikazuje neki istorijski događaj, ali da istovremeno izražava specifičan emocionalni i ideološki stav.

U ovom radu pokušaćemo da specifikujemo vezu između dva oblika značenja umetničkih slika – denotativnog (tema ili sadržaj koji se prenosi slikom) i konotativnog ili afektivnog značenja (impresija koju slika ostavlja na posmatrača). Pitanje je, naime, da li određena denotativna informacija (npr., prikaz streljanja rodoljuba) podrazumeva korišćenje likovnih sredstava koja će izazvati određeni tip subjektivnog doživljaja (npr. doživljaj tuge, ponosa, uznemirenosti i sl.). Pre nego što detaljnije izložimo konkretan problem istraživanja dužni smo da pojasnimo neke pojmove kojima ćemo definisati domene denotativnog i konotativnog značenja slika.

DENOTATIVNO ZNAČENJE SLIKA: TEMA, MOTIV I PORUKA

Denotativno značenje umetničke slike može se definisati kao tema, odnosno, sadržaj koji je na njoj predstavljen. Međutim, pod samom temom mogu se podrazumevati dve povezane, ali ne i identične stvari - motiv i poruka. Pri tome, u motive spadaju perceptivno-reprezentacioni predlošci koji se prepoznaju u slici, kao što su na primer portreti, pejzaži, mrtve prirode i sl. Sa druge strane, posmatrač može u datim motivima prepoznati neka dublja značenja, odnosno, denotativne informacije koje je umetnik nameravao da prenese slikom. Na primer, možemo pretpostaviti da prikaz određene istorijske scene ima primarni cilj da izazove rodoljubiva osećanja, a ne da upozna posmatrača sa detaljima samog istorijskog događaja. Takođe, sasvim je izvesno da Munk svojom grafikom *Krik* nije imao nameru da nam prikaže kako izgleda čovek koji vrišti, već pre da prenese, odnosno, izrazi neka svoja mračna i bolna emocionalna stanja (slika 1).

Slika 1. Munkova grafika „Krik“



U jednom našem ranijem istraživanju (Marković, 2006) pokušali smo empirijski da definišemo glavne denotativne domene umetničkih slika. Pitanje je bilo šta je slikar nameravao da prikaže na slici, koju je poruku hteo da prenese ili koji je efekat želeo da postigne na posmatrača. U prvoj fazi istraživanja ispitanici su produkovali deskriptore koji opisuju moguće intencije slikara, a kao rezultat dobijena je lista najfrekventnijih denotativnih poruka. Zapravo, reč je o sledećih 15 tvrdnji: Umetnik je slikom želeo da (1) predstavi kako on vidi svet, tj. neku scenu, (2) simbolički predstavi određene skrivene sadržaje, (3) opiše neko mentalno stanje ili raspoloženje, (4) opiše neka svoja sanjarenja i fantazije, (5) izrazi neke svoje emocije, (6) izazove emocije kod drugih, (7) što vernije prikaže neku scenu, tj. svet kakav jeste, (8) iznenadi, zbuni i privuče pažnju, (9) eksperimentiše sa bojama, oblicima i materijalima, (10) izrazi neki ideološki, religiozni ili filozofski stav, (11) prikaže društvene ili istorijske prilike, (12) ne želi ništa posebno da kaže, (13) ukrasi, ulepša svet oko sebe, (14) izazove čist estetski doživljaj, (15) napravi značajno delo, pokaže svoje umeće.

U glavnom delu ovog istraživanja ispitanici su procenjivali uzorak od 28 reprodukcija umetničkih slika različitih stilova i epoha na skalama konstruisanim od navedenih 15 tvrdnji. Na osnovu analize glavnih komponenata izdvojeno je četiri glavna faktora:

1. Subjektivnost (pozitivna zasićenja: tvrdnja 3 – mentalna stanja; 4 – fantazije; 5 – emocije);

2. *Konstruktivizam-realizam* (pozitivna zasićenja: 8 – izazivanje pažnje; 9 – eksperiment; negativno zasićenje: 7 – verni prikaz scene);

3. *Ideologija* (pozitivna zasićenja: 10 – ideološki stav; 11 – društveno-istorijske scene; negativno zasićenje: 12 – ništa);

4. *Dekoracija* (pozitivna zasićenja: 13 – ukrašavanje; 14 – estetski doživljaj; 15 – pokazivanje umeća).

Rezultati ovog istraživanja pokazuju da se različiti domeni denotativne reprezentacije umetničkih slika mogu svesti na četiri bazične dimenzije. Semantička polja izdvojenih dimenzija delimično korespondiraju sa intencijama koje se u teoriji umetnosti pripisuju različitim slikarskim pravcima. Tako na primer, faktor *Subjektivnost*, tj. namera umetnika da slikom izrazi svoja unutrašnja psihološka stanja, fantazije i emocije i sl., može se uzeti kao jasan predstavnik ekspresionističke i nadrealističke tendencije u slikarstvu. Dalje, bipolarna dimenzija *Konstruktivizam-realizam* odražava antagonizam između dva viđenja slikarstva: slikarstvo kao sredstvo kopije optičke realnosti (klasični figuralni realizam i naturalizam) i slikarstvo kao sredstvo za stvaranje nove realnosti (konceptualna umetnost, apstraktno slikarstvo). Treći faktor koga smo nazvali *Ideologija* predstavlja tzv. angažovanu ili heteronomnu umetnost: slika predstavlja sredstvo za transmisiju određenih političkih, religioznih i sličnih ideja. Najzad, faktor *Dekoracija* korespondira sa tendencijama ka larpurlartizmu, dekoraciji i čistoj vizuelnoj estetici (niz raznorodnih pravaca, od secesije do pop arta). U narednim istraživanjima potrebno je dodatno validirati dobijene faktore i ispitati njihovu korelaciju sa dimenzijama implicitnog značenja umetničkih slika. Testiranje ovih korelacija pomoglo bi nam da jasnije specifikujemo odnos između denotativnog i konotativnog značenja u oblasti slikarstva i da eventualno redefinišemo ovu dihotomiju preuzetu iz semantike.

Zanimljivo je da je do slične strukture informacionih aspekata slika došao i Berlajn koji tvrdi da se slikom prenose semantičke, ekspresivne, kulturalne i sintaksičke informacije (Berlyne, 1974). Berlajnovе semantičke informacije, odgovaraju našem faktoru *Konstruktivizam-realizam*, ekspresionističke informacije odgovaraju sadržaju faktora *Subjektivnost*, kulturalne informacije podudaraju se sa *Ideološkim* faktorom i, najzad, sintaksičke informacije bliske su polju koje pokriva naš faktor *Dekoracije*.

KONOTATIVNO ZNAČENJE SLIKA: SUBJEKTIVNI DOŽIVLJAJ

Pod konotativnim značenjem umetničkih slika podrazumevamo dve vrste svojstava koje se javljaju u subjektivnom doživljaju. Prvu grupe čine afektivne impresije koje slike ostavljaju na posmatrača (prijatnost, uzbuđenost, opuštenost i sl.), a u drugu ulaze različite perceptivne asocijacije i metafore (npr., doživljaj implicitne dinamike u statičnoj slici).

Sredinom pedesetih godina XX veka prvi put se susrećemo sa pokušajem kvantifikacije subjektivnog doživljaja umetničkog dela. Ovaj pionirski poduhvat izveo je Tucker koji je ispitivao procene umetničkih slika pri tome koristeći bipolarne sedmočlane skale procene na čijim se polovima nalaze pridevi suprotnog značenja (Tucker, 1955). Na primer:

STATIČAN -3 ___ -2 ___ -1 ___ 0 ___ 1 ___ 2 ___ 3 DINAMIČAN

Pred subjekte je stavljen zahtev da označavanjem određenog podeoka na skali (od 1 do 3) procene intenzitet izraženosti određene dimenzije u pozitivnom ili negativnom smeru (levi ili desni pol skale). Ovakva skala služila je za merenje kako intenziteta subjektivnog doživljaja stimulacije koja se izražava biranjem određenog podeoka na skali, tako i kvaliteta tog doživljaja lociranjem procene na pozitivan ili negativan pol skale. Nešto kasnije, ovu tehniku merenja usvaja i razvija Čarls Osgud prilikom konstrukcije svog semantičkog diferencijala koji je namenjen merenju konotativnog ili afektivnog značenja verbalno iskazanih pojmova (Osgood i sar., 1957).

Početkom sedamdesetih godina, Dejvid Berlajn sa svojim saradnicima ustanovljava nov pristup u istraživanju subjektivnog doživljaja slikovnih sadržaja (Berlyne, 1974). U serijama eksperimenata korišćene su sedmostepene bipolarne skale procene na čijim krajevima su se nalazili opozitni pridevi. Od subjekata se tražilo da na ovim skalama procene svoj doživljaj umetničkog dela ili neke druge vizuelne, pa čak i auditivne stimulacije. Dobijene procene na skalama podvrgavane su faktorskoj analizi sa ciljem da se utvrde glavne dimenzije koje stoje u osnovi doživljaja različitih vizuelnih stimulusa.

Istraživanja strukture subjektivnog doživljaja umetničkih i neumetničkih slikovnih sadržaja vršili su mnogi autori. Tako, na primer, Marković i saradnici (2002a) pri ispitivanju dimenzija subjektivnog doživljaja forme nalaze da se mnoštvo dimenzija može svesti na pet bazičnih faktora subjektivnog doživljaja forme: (1) *Hedonički ton*, (2) *Kompleksnost*, (3) *Regularnost*, (4) *Potencija* i (5) *Aktivnost*. Ovih pet dimenzija govore o dva relativno nezavisna aspekta vizuelnog geštalta. Prvi aspekt govori o našoj proceni kako slika deluje na nas, koliko je dobra, privlačna i zanimljiva za nas (on obuhvata atraktivnost slike, njenu afektivno-konotativnu evaluaciju i proizilazi iz hedoničkog tona i delimično kompleksnosti i

regularnosti), dok drugi aspekt izražava našu procenu kakva je slika nezavisno od nas (obuhvata kognitivnu analizu strukture vizuelnog geštalta i faktore potencije, aktivnosti, regularnosti i delimično kompleksnosti). Isti autori (Marković i sar., 2002b) dolaze do trofaktorske strukture implicitnih svojstava vizuelnog geštalta: (1) *Evaluacija*, (2) *Pobuđenost* i (3) *Regularnost*.

Berlajn i Ogilvi (Berlyne, 1974) su vršili istraživanje u kome su od ispitanika tražili da procenjuju umetničke slike na 12 skala. Oni za svoje skale kažu da se mogu svrstati u tri kategorije. Prve dve označavaju kao afektivne skale (tu spadaju različite evaluativne skale i skale unutrašnjih doživljavanja), a kao treću vrstu skala navode deskriptivne skale koje se odnose na procenu objektivnih karakteristika slika. Njihov cilj je bio da provere koje se interkorelacije mogu pronaći i kakva se faktorska struktura dobija kada se pomenute skale primene na umetničke slike. Rezultati pokazuju da se i u ovom, kao i u prethodnim Berlajnovim istraživanjima u kojima su korišćeni prosti stimulusi kao što su prosti vizuelni sklopovi, matrični sklopovi i apstraktni crteži (Berlyne, 1974), javljaju različiti faktori, od kojih su najčešća tri faktora: (1) *Evaluacija* ili *Hedonički ton*, (2) *Potencija* ili *Pobuđenost* i (3) *Aktivitet* ili *Neizvesnost*. Sličnost sa Osgudovim faktorima sasvim je očigledna.

Zanimljivo je i istraživanje koje je sproveo Lindauer (1981), a koje se sastojalo iz dva koraka. U prvom eksperimentu ispitanici su imali zadatak da produkuju deskriptore estetskog doživljaja. Na osnovu toga je izdvojeno 27 najfrekventnijih pojmova koje su potom 6 studenata istorije umetnosti svrstavali u zasebne kategorije pripadnosti. Oni su izdvojili četiri kategorije u koje se mogu svrstati ovi deskriptori: (1) pojmovi koji označavaju *pobuđenost*, (2) pojmovi koji označavaju *smirenost*, (3) *kognitivni* pojmovi i (4) *emocionalni* pojmovi. Ovde se može videti da Lindauer na drugačiji način dolazi do kategorija koje su skoro identične faktorima izdvojenim u istraživanju koje su izvršili Marković i saradnici (Marković i sar., 2002b).

Marković i Marković (2004) u svom istraživanju pokušavaju da specifikuju strukturu subjektivnog doživljaja umetničkih slika koristeći već opisani metod (empirijska produkcija deskriptora, konstrukcija skala i procene slika na skalama). Rezultati faktorske analize pokazuju doslednost javljanja četiri faktora: (1) *Evaluacija*, (2) *Potencija*, (3) *Kognitivni* faktor i (4) *Dinamika*.

Za svrhu ovog rada korišćićemo konceptualni i metrijski okvir koji je proistekao iz istraživanja Radonjićeve i Markovića (2004, 2005). Osnovni cilj ove studije bio je konstrukcija instrumenta za merenje subjektivnog doživljaja umetničkih slika. U prvoj fazi istraživanja određen je skup reprezentativnih implicitnih svojstava kojima se najčešće i najadekvatnije opisuje subjektivni doživljaj umetničkih slika (videti još Marković i Marković, 2004). Nakon ovoga autori su pristupili izboru reprezentativnog uzorka stimulusa iz skupa umetničkih slika. Autori su univerzum umetničkih slika podelili u četiri kategorije. Te kategorije su: (1) primitivna umetnost (slike od praistorije do predrenesanse, kao i slike specifične za ranu umetnost ne-evropskih kultura), (2) figuralni realizam (od renesanse do realizma XIX veka), (3) stilizovani realizam (od impresionizma na dalje) i (4) apstraktna umetnost. U svakoj kategoriji je bilo 200 slika, od kojih je

izabrana 21 slika, na osnovu intersubjektivne saglasnosti tri nezavisna procenjivača. Izbor je vršen po kriterijumima formalne različitosti (kompozicija, boje, odnos svetlo-tamno), pokrivenosti što većeg broja različitih tema karakterističnih za datu kategoriju i pokrivenosti najrelevantnijih slikarskih pravaca u okviru kategorije, odnosno, različitih kultura kada je reč o primitivnoj umetnosti. S obzirom na to da je u jednom posebnom istraživanju (Dakulović i Marković, 2004) već bio izvršen izbor i procena apstraktnih slika, u ovom istraživanju cilj je bio odrediti one slike koje će činiti predstavnike preostale tri kategorije.

Tokom eksperimenta, ispitanici su na skali *isto-različito* procenjivali različitost slika unutar kategorija primitivnih, figuralno-realističnih i stilizovano-realističnih slika. Ispitanicima je ukupno bilo izloženo 210 parova slika (svaka sa svakom) i njihov zadatak je bio da svoj doživljaj različitosti zadatog para slika iskažu na sedmostepenoj skali, gde je 1 označavao maksimalnu sličnost, a 7 maksimalnu različitost dve slike. Kriterijum poređenja slika nije bio unapred zadat ispitanicima.

Na osnovu rezultata multidimenzionalnog skaliranja sa tri zadate dimenzije izdvojeno je po šest slika (po dve najudaljenije slike na tri dimenzije). Ove slike izdvojene su kao reprezentativni stimulusi za sve kategorije (primitivno, figuralno, stilizovano i apstraktno slikarstvo).

Nakon faze izbora reprezentativnog uzorka slika za svaku kategoriju autori su pristupili trećoj, glavnoj fazi istraživanja čiji cilj je bio utvrđivanje faktorske strukture koja stoji u osnovi doživljaja umetničkih slika. Do ove strukture se došlo na osnovu analize procena izabranih slika na nizu implicitnih svojstava. Pretpostavka od koje su krenuli autori je da bi poznavanje strukture fenomena omogućilo i konstrukciju instrumenta za merenje doživljaja umetničkih slika.

U ovoj fazi istraživanja slike izabrane kao reprezentativni uzorci četiri kategorije slikarskih pravaca procenjivane su na 43 bipolarne sedmostepene skale procene sa opozitnim pridevima na polovima. Dobijena su četiri faktora (u zagradama su pozitivni polovi najzasićenijih skala):

1. *Regularnost* (precizno, jasno, pravilno i sređeno),
2. *Pobuđenost* (neobično, maštovito, upečatljivo, inspirativno),
3. *Atraktivnost* (lepo, prijatno, zdravo, čisto) i
4. *Smirenost* (nenametljivo, blago, opušteno, smirujuće).

Na osnovu ovih rezultata moguće je konstruisati instrument za merenje subjektivnog doživljaja slika koji bi se sastojao od 16 bipolarnih skala procene, od kojih bi svaki faktor bio predstavljen sa po 4 navedene skale. Ovaj instrument ćemo u nastavku zvati SDS-16 (od Subjektivni Doživljaj Slike, 16 skala).

ISTRAŽIVANJE

Cilj ovog istraživanja bio je da se specifikuju veze između denotativnog i konotativnog značenja slika. Pri tome, denotativni domen podelili smo na dve kategorije: motiv i poruku.

Izbor deskriptora za motiv

- Izbor šireg skupa deskriptora sastojao se u tome što je grupa od 20 ispitanika definisala teme, tj. motive za veliki broj slika iz različitih perioda istorije umetnosti (200 slika po ispitaniku). Na ovaj način dobijena je velika zbirna lista motiva (20 ispitanika x 200 slika) koja je svedena na nešto manju (oko 300 motiva ukupno) budući da su se mnogi isti motivi ponavljali u piskovima različitih ispitanika.
- Finalna selekcija, odnosno, sažimanje liste osnovnih motiva u manji broj kategorija vršena je na osnovu intersubjektivne saglasnosti 10 ispitanika. Na taj način došli smo do konačne liste od 39 motiva (videti listu osnovnih tema-motiva u tabeli 1).

Tabela 1. Lista osnovnih tema-motiva

Akt	Bitka	Mitološke životinje	Građevine
Dete	Krštenje	Voće	Luka
Grupa ljudi	Svakodnevni život	Cveće	Most
Muškarac	Istorijski događaj	Pejzaž	Trg
Žena	Bogorodica	Planina	Enterijer
Portret	Hrist	Godišnje doba	Brod
Ljubavna scena	Biblija	More	Mrtva priroda
Rođenje	Životinje	Vremenske prilike	Razno
Sahrana	Ptice	Dvor	Grnčarija
Ljudska figura	Morske životinje	Selo	

Izbor deskriptora poruka

Osnovne deskriptore poruka koje se prepoznaju u slikama preuzeli smo iz ranijeg istraživanja (Marković, 2006). Na osnovu rezultata faktorske analize izdvojeno je četiri faktora, a svaki od ovih faktora definisan je preko dve stavke. Reč je o sledećim faktorima i stavkama:

1. *Subjektivnost* (Umetnik je želeo da izrazi svoje emocije i Umetnik je želeo da predstavi svoje fantazije);

2. *Ideologija* (Umetnik je želeo da prikaže društvene ili istorijske prilike i Umetnik je želeo da izrazi neki ideološki, religiozni ili filozofski stav);

3. *Dekoracija* (Umetnik je želeo da ukrasi svet oko sebe i Umetnik je želeo da izazove čist estetski doživljaj);

4. *Konstruktivizam-realizam* (negativna vrednost procena na tvrdnji Umetnik je želeo da što vernije prikaže svet kakav jeste i pozitivna vrednost procene na tvrdnji Umetnik je želeo da iznenadi, zbuni, privuče pažnju).

EKSPERIMENT 1

Ovaj eksperiment za cilj ima da specifikuje vezu između dimenzija subjektivnog doživljaja umetničkog dela i procene njegove teme, odnosno, motiva.

Metod

Subjekti: U eksperimentu je učestvovalo 30 studenata prve godine psihologije Filozofskog fakulteta u Beogradu.

Stimulusi: Stimulusni set činilo je 18 slika iz različitih perioda umetničkog stvaranja koje su izabrane na osnovu ranijeg istraživanja (Radonjić i Marković, 2004, 2005). Na svim slikama teme su bile prepoznatljive (apstraktne slike isključene su iz stimulusnog seta).

Instrument: Stimulusi su procenjivani instrumentom za procenu teme umetničkog dela. Instrument se sastojao od 39 tema, tj. deskriptora, tj. kategorija sadržaja umetničkog dela (videti odeljak o izboru deskriptora za motiv i tabelu 1).

Postupak: Ispitivanje je bilo grupno a ispitanici su bili podeljeni u dve grupe. Slike su izlagane putem LCD projektor. Redosled kojim su slike bile izlagane bio je pseudo-slučajan i različit za dve grupe. Vreme ekspozicije stimulusa nije bilo ograničeno. Zadatak ispitanika bio je da svaku sliku procene na listi tema koje su imali ispred sebe. Data im je instrukcija da za svaku od njih izaberu (zaokruže) jednu ili više ponuđenih kategorija, koje bi adekvatno opisale sadržaj na slici. Kada bi izloženu sliku svi ispitanici procenili, izlagana je sledeća slika.

Rezultati i diskusija

Za svaki od stimulusa utvrđena je suma izbora svake od 39 tema za sve slike. Zatim je urađena korelacija ovih vrednosti sa prosečnim procenama subjektivnog doživljaja slika. Vrednost na dimenziji *regularnosti* čini prosek procena na skalama srede, skladan i organizovan, vrednost na dimenziji *atraktivnosti* prosek procena na skalama prijatan, privlačan i vedar, vrednost na dimenziji *pobuđenosti* prosek procena na skalama složen, raznolik i bogat a vrednost na dimenziji *smirenosti* prosek procena na skalama nenametljivo, blago i smirujuće.

Tabela 2 prikazuje statistički značajne korelacije procena tema sa faktorima subjektivnog doživljaja.

Tabela 2. Korelacije procena tema sa faktorima subjektivnog doživljaja

	Regularnost	Atraktivnost	Pobuđenost	Smirenost
Sahrana	-.479			
Bitka				-.556
Krštenje				.431
Svakodnevni život			-.535	
Istorijski događaj				-.459

Negativna veza između sahrane i faktora regularnosti podrazumeva da slike koje za temu imaju sahranu, ne izazivaju kod ispitanika osećaj jasnoće, pravilnosti i preciznog slikovnog izražavanja. Negativna korelacija je utvrđena i između faktora smirenosti i bitke i istorijskog događaja ukazuju da se ove dve teme doživljavaju kao nešto nametljivo, grubo, napeto i uznemirujuće. Dobijena negativna korelacija između svakodnevnog života i faktora pobuđenosti ne iznenađuje, jer slike na kojima je predstavljen svakodnevni život svakako ne izazivaju doživljaj nečega neobičnog, upečatljivog, maštovitog ili inspirativnog. Pozitivna korelacija između krštenja i faktora smirenosti ukazuje na to da se ova tema doživljava kao nešto što ispitanici doživljavaju kao nenametljivo, opuštajuće i smirujuće.

EKSPERIMENT 2

Cilj ovog eksperimenta je bio da se utvrdi veza između subjektivnog doživljaja i procene poruke koju je umetnik želeo da saopšti slikom.

Metod

Subjekti: U eksperimentu je učestvovalo 22 studenta prve godine psihologije Filozofskog fakulteta u Beogradu.

Stimulusi: Stimulusi su bile 24 slike iz različitih perioda umetničkog stvaranja koje su izabrane na osnovu ranijeg istraživanja (Radonjić i Marković, 2004).

Instrument: Stimulusi su procenjivani instrumentom koji smo preuzeli iz prethodnog istraživanja (Marković, 2006), a koji je poslužio za procenu poruke koju umetničko delo nosi. Instrument se sastojao od 8 ponuđenih stavki, koje su predstavljene preko sedmostepenih skala procene sa vrednostima od 1 do 7. Ovih 8 skala konvergiraju u četiri faktora, tj. dimenzije na koje se mogu sažeti a to su: Subjektivnost (tvrdnje Umetnik je želeo da *izrazi svoje emocije* i Umetnik je želeo da *predstavi svoje fantazije*), Ideologija (tvrdnje Umetnik je želeo da *prikaže društvene ili istorijske prilike* i Umetnik je želeo da *izrazi neki ideološki, religiozni ili filozofski stav*), Dekoracija (tvrdnje Umetnik je želeo da *ukrasi svet oko sebe* i Umetnik je želeo da *izazove čist estetski doživljaj*) i Konstruktivizam-realizam (nizak skor na tvrdnji Umetnik je želeo da *što vernije prikaže svet kakav jeste* i visok skor na tvrdnji Umetnik je želeo da *iznenadi, zbuni, privuče pažnju*).

Postupak: Ispitivanje je bilo grupno a ispitanici su bili podeljeni u dve grupe. Slike su izlagane putem LCD projektora. Redosled kojim su slike bile izlagane bio je pseudo-slučajan i različit za dve grupe. Vreme ekspozicije stimulusa nije bilo ograničeno. Zadatak ispitanika bio je da svaku sliku procene na osam skala koje su imali pred sobom. Data im je instrukcija da se pri proceni koncentrišu na svoj lični doživljaj slike, a ne na konkretne karakteristike ili motiv slike. Svoju procenu na svakoj od dimenzija ispitanici su izražavali zaokružujući jednu od vrednosti na sedmostepenoj skali (od 1 do 7). Na primer, ukoliko bi doživljavali da je umetnik maksimalno želeo svojom slikom da ukrasi svet oko sebe, ispitanici bi zaokruživali vrednost 7, a ukoliko bi smatrali da umetnik to uopšte nije želeo, zaokruživali bi vrednost 1. Kada bi izloženu sliku svi ispitanici procenili, izlagana je sledeća slika.

Rezultati i diskusija

Za svaki stimulus utvrđena je prosečna procena po faktorima poruke:

1. *Subjektivizam* (prosek procena na tvrdnjama Umetnik je želeo da izrazi svoje emocije i Umetnik je želeo da predstavi svoje fantazije);

2. *Ideologija* (prosek procena na tvrdnjama Umetnik je želeo da prikaže društvene ili istorijske prilike i Umetnik je želeo da izrazi neki ideološki, religiozni ili filozofski stav);

3. *Dekoracija* (prosek procena na tvrdnjama Umetnik je želeo da ukrasi svet oko sebe i Umetnik je želeo da izazove čist estetski doživljaj) i

4. *Konstruktivizam-realizam* (prosek procena na tvrdnjama Umetnik je želeo da što vernije prikaže svet kakav jeste i Umetnik je želeo da iznenadi, zbuni, privuče pažnju).

Nakon toga je urađena korelacija ovih procena sa procenama slika na dimenzijama subjektivnog doživljaja slike. Vrednosti procena po faktorima subjektivnog doživljaja *regularnosti, atraktivnosti, pobuđenosti i smirenosti* preuzete su iz prethodnog istraživanja (Radonjić i Marković, 2005).

U tabeli 3 prikazuje Pirsonov koeficijent korelacije između faktora poruka i faktora subjektivnog doživljaja slika. Dve zvezdice označavaju značajnost koeficijena na nivou $p < .01$, a jedna zvezdica značajnost na nivou $p < .05$.

Tabela 3. Korelacije između faktora poruka i faktora subjektivnog doživljaja slika

	Regularnost	Atraktivnost	Pobuđenost	Smirenost
Subjektivizam	-0.638**	-0.362	0.574**	-0.361
Ideologija	0.165	0.042	-0.060	0.017
Dekoracija	0.366	0.539**	-0.466*	0.489*
Konstruktivizam	-0.634**	-0.321	0.795**	-0.332

Rezultati korelacionih analiza pokazuju sledeće. Što je viša regularnost i niža pobuđenost to je manja verovatnoća da će se u slici prepoznati emocionalne i konstruktivističke poruke. Drugim rečima, prenošenje emocionalno ekspresivnih poruka, kao i težnja ka eksperimentisanju uobličava se u slike kod kojih dominira neregularnost, haotičnost i sl., i koje se istovremeno doživljavaju kao zanimljive, podsticajne i sl. Dalje, sa porastom atraktivnosti i smirenosti raste verovatnoća da će se u slici prepoznati namera umetnika da ukrasi svet i izazove čist estetski doživljaj.

Tabela 4. Multipla regresiona analiza

	r^2	p
Subjektivizam	-.633	.007
Ideologija	.054	.735
Dekoracija	.391	.067
Konstruktivizam	-.069	.787

U tabelama 4-7 nalaze se rezultati multiplih regresionih analiza u kojima je kontrastirana značajnost veze između faktora poruka (prediktori) i pojedinačnih faktora subjektivnog doživljaja slika (kriterijumske varijable).

Kao što se može videti iz tabele 4, u osnovi regularnosti stoji emocionalni faktor, koji je s njim u negativnoj vezi. Težeći da ispolji svoje emocije, fantazije i sl. umetnik će koristiti likovna sredstva koja rezultiraju doživljaju neuređenosti, nejasnoće, haotičnosti i sl.

Tabela 5. Multipla regresiona analiza

	r^2	p
Subjektivizam	-.772	.002
Ideologija	.069	.554
Dekoracija	.909	.000
Konstruktivizam	.594	.033

Iz tabele 5 jasno vidimo da u osnovi atraktivnosti stoje gotovo podjednako emocionalni faktor (negativna korelacija) i dekorativni faktor (pozitivna korelacija). Ovaj nalaz ukazuje na to da je namera umetnika da slikom izrazi svoje emocije i fantazije uglavnom procenjena kao težnja ka ekspresiji negativnih i mračnih osećanja, odnosno, mentalnih stanja koja su vezana za negativni pol doživljaja atraktivnosti (neprijatno, bolesno, prljavo i sl.). Sa druge strane rast procena na dekorativnom faktoru ukazuje na to da se namera umetnika da ukrasi svet i stvori nešto lepo ispoljava kroz stvaranje prijatnih i vedrih slika.

Tabela 6. Multipla regresiona analiza

	r^2	p
Subjektivizam	.273	.141
Ideologija	.170	.220
Dekoracija	-.178	.313
Konstruktivizam	.607	.011

Rezultati multiple regresije prikazani u tabeli 6 ukazuju na dominantost veze faktora pobuđenosti i konstruktivističkog faktora. Pozitivna korelacija ova dva faktora ukazuje na to da se umetnik u nastojanju da stvori, a ne da reprodukuje realnost često rukovodi i tendencijom da zbuni i iznenadi posmatrača, a to sve rezultira delom koje se doživljava kao visoko pobuđujuće.

Tabela 7. Multipla regresiona analiza

	r^2	p
Subjektivizam	-.689	.009
Ideologija	.044	.809
Dekoracija	.786	.003
Konstruktivizam	.458	.128

Najzad, tabela 7 govori da doživljaj smirenosti stoji u negativnoj korelaciji sa emocionalnim faktorom: namera umetnika da prenese emocije uglavnom se svodi na ekspresiju uznemirujućih osećanja (slična veza ustanovljena je i između atraktivnosti i emocionalnog faktora).

ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada bio je da ispita vezu između denotativnog i konotativnog aspekta značenja umetničkih slika. Denotativni aspekt definisali smo kroz dve kategorije reprezentacionog sadržaja slike. U prvu kategoriju spada motiv, odnosno, scena koja je predstavljena na slici (npr., portret, pejzaž, mrtva priroda i sl.). U ovom radu smo empirijski definisali motiv tako što smo u preliminarnom istraživanju izdvojili 39 tema koje se najčešće javljaju na slikama u različitim istorijskim periodima i unutar različitih kultura. Drugi aspekt denotativnog značenja definisali smo kao poruku koju slika prenosi posmatraču (npr., prenošenje emocija, iskazivanje ideoloških stavova i sl.). U našem ranijem istraživanju (Marković, 2006) specifikovali smo četiri bazične dimenzije na koje se može svesti mnoštvo različitih poruka koje posmatrač prepoznaje u slikama. Reč je o dimenzijama Subjektivizam (predstavljanje emocija, fantazija i sl.), Ideologija (predstavljanje društvenih i istorijskih prilika i ideoloških stavova), Dekoracija (ukrašavanje, izazivanje estetskog doživljaja i sl.) i Konstruktivizam-realizam (bipolarna dimenzija: eksperimentisanje i izazivanje pažnje na pozitivnom polu, a realistično predstavljanje scena na negativnom polu).

Na narednim istraživanjima ostaje da se preciznije definiše veza između ova dva nivoa denotativnog značenja. Na ovom mestu možemo samo pretpostaviti da ta veza postoji, odnosno da je jasnoća i efikasnost iskazivanja poruke određena izborom specifičnog motiva (npr., ideološke i patriotske poruke lakše se kodiraju kroz prikaze značajnih istorijskih događaja, bitaka i sl.). Međutim, na osnovu letimičnog pregleda distribucije motiva po različitim slikarskim pravcima, možemo videti da ova korespondencija nije potpuna. Naime, pojedini motivi javljaju se kao univerzalno dobri prenosioci veoma različitih poruka: npr., portretom umetnik može da kodira različite emocije, ideološke poruke, da izazove čist estetski efekat, da prikaže tačan izgled određene osobe i sl.

Pored izbora odgovarajućeg motiva pri kodiranju poruke umetnik se oslanja na korišćenje specifičnih likovnih sredstava, kao što su kompozicija, preciznost kontura, kontrasti boja i sl. Na taj način, na primer, razmrljane i kontrastne boje i izobličene forme kojom je naslikan jedan portret daju slici značenje koje se realizuje u ekspresiji mračnih emocionalnih stanja, patnje, ludila i sl., a ne u tačnom prikazu izgleda konkretne osobe. Na ovom mestu, dakle, možemo zaključiti da se pri kodiranju poruke umetnici oslanjaju i na sadržaj (motiv) i na formu (likovno sredstvo).

Bez obzira što u ovom radu nismo direktno ispitivali odnos između poruke i korišćenja različitih likovnih sredstava, on se na izvestan način javlja kao moguća tačka veze između denotativnog i konotativnog aspekta značenja slike. Inače, sam konotativni aspekt značenja ovde smo definisali kao subjektivni doživljaj, odnosno, afektivnu i metaforičku impresiju koju slika ostavlja na posmatrača (npr., osećanje prijatnosti, utisak dinamike i sl.). Iz našeg ranijeg istraživanja (Radonjić i Marković, 2005) preuzeli smo operacionalnu definiciju ovog aspekta značenja u kojoj

figuriraju četiri bazične dimenzije: Regularnost, Atraktivnost, Pobuđenost i Smirenost.

Analize koje smo izveli na procenama umetničkih slika po dimenzijama poruke i dimenziji subjektivnog doživljaja pokazuju da su Subjektivizam i Konstruktivizam u značajnim negativnim korelacijama sa Regularnošću, a pozitivnim sa Pobuđenošću, dok je Dekoracija u negativnoj korelaciji sa Pobuđenošću, a pozitivnom sa Atraktivnošću i Smirenošću. Korelacione analize procena motiva i dimenzija subjektivnog doživljaja slike pokazale su svega nekoliko od 39 mogućih značajnih korelacija (Eksperiment 1)

Za pouzdanije tumačenje korelacija između procena slika po dimenzijama poruke i subjektivnog doživljaja nismo mogli da se oslonimo ni na dominaciju određenih motiva (problem sa značajnošću korelacija između motiva i subjektivnog doživljaja) ni na upotrebu specifičnih likovnih sredstava, kao što su kompozicija, boja, detaljnost prikaza i sl. U narednim istraživanjima potrebno je preciznije ispitati povezanost između procene poruke i dve pomenute grupe objektivnih svojstava, a to su motiv i likovna sredstva (fizičke karakteristike).

LITERATURA

- Berlyne, D. E. (1974). *Studies in the new experimental aesthetics*. Washington, D.C., Hemisphere Publishing Corporation.
- Dakulović, S. i Marković, S. (2004). Subjektivna kategorizacija apstraktnih umetničkih slika. *Empirijska istraživanja u psihologiji X, Filozofski fakultet u Beogradu. Rezimei*.
- Lindauer, M. S. (1981). Aesthetic experience: A neglected topic in the psychology of the arts. In D. O'Hare (Ed) *Psychology of the Arts* (pp 29-75). New Jersey, The Harvester Press: Sussex & Humanities Press.
- Marković, S. (2006). Denotativne dimenzije umetničkih slika. *Empirijska istraživanja u psihologiji XII, Filozofski fakultet u Beogradu. Rezimei*.
- Marković, S., Janković, D. i Subotić, I. (2002a). Dimenzije subjektivnog doživljaja forme. *Psihološka istraživanja, 11-12*, 49-73.
- Marković, S., Janković, D. i Subotić, I. (2002b). Implicitna i eksplicitna svojstva vizuelnog geštalta. *Psihološka istraživanja, 11-12*, 75-112.
- Marković, D. i Marković, S. (2004). Struktura doživljaja umetničkih slika. *Psihologija, 37* (4), 527-547.
- Osgood, C., Suci, G. J. & Tannenbaum, P. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana, University of Illinois Press.
- Osgood, C., May, W. & Miron, M. (1975). *Cross-cultural universals of affective meaning*. Urbana, University of Illinois Press.
- Petrović, S. (1975). *Estetika i sociologija*. Beograd, Velika edicija ideja.

- Radonjić, A. i Marković, S. (2004). Konstrukcija instrumenta za merenje doživljaja umetničkih slika: izbor reprezentativnih stimulusa. *Empirijska istraživanja u psihologiji X, Filozofski fakultet u Beogradu. Rezimei.*
- Radonjić, A. i Marković, S. (2005). Konstrukcija instrumenta za merenje doživljaja umetničkih slika. *Empirijska istraživanja u psihologiji XI, Filozofski fakultet u Beogradu. Rezimei.*
- Tucker, W. T. (1995). Experiments in aesthetic communication. Ph.D. thesis, University of Illinois (Pregled u Osgood, C., Suci, G. J. and Tannenbaum, P. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana, University of Illinois Press).

ABSTRACT

**DENOTATIVE AND CONNOTATIVE
MEANINGS OF PAINTINGS**

Sandra Vasić and Slobodan Marković

Laboratory of Experimental Psychology, University of Belgrade, Serbia

In this study the relationships between judgments of paintings denotative and connotative meanings was investigated. Denotative domain was defined as motif (represented object, e.g. portrait, landscape etc.) and message (information carried by paintings, e.g. celebration of patriotism). Connotative domain was defined as subjective experience, i.e. affective or metaphoric impression produced by painting (e.g. feeling of pleasure, impression of dynamics, and so on). In preliminary study the list of 39 motifs was specified empirically. The four dimensions of pictorial message were taken from the previous study (Marković, 2006): Subjectivism, Ideology, Decoration and Constructivism vs. Realism. The four dimensions of paintings subjective experience were taken from the previous study as well (Radonjić and Marković, 2005): Regularity, Attraction, Arousal and Relaxation. In Experiment 1 subjects were asked to associate 39 motifs with 18 paintings. In Experiment 2 subjects were asked to judge 24 paintings on four dimensions of pictorial message. Results from Experiment 1 have shown that dimensions of paintings subjective experience were significantly correlated with only five motifs (e.g. everyday life was negatively correlated with Arousal, battle was negatively correlated with Relaxation, and so on). Results from Experiment 2 have shown that Subjectivism and Constructivism are negatively correlated with Regularity, and positively correlated with Arousal. Decoration is negatively correlated with Arousal and positively with Attraction and Relaxation

***Key words:** paintings, denotative and connotative meanings, motif, subjective experience, factor analysis*

RAD PRIMLJEN: 9.11.2006.