

BILLED-KUNST I PSYKOLOGISK BELYSNING

Bjarne Sode Funch

I artiklen diskuteres forskellen mellem billedkunst og andre former for billeder, og det hævdes at der ikke er et visuelt kriterium der definerer den grundlæggende forskel. Når det er let at identificere et kunstværk så skyldes det ydre kendetegn så som brugen af oliefarve, usædvanlige udtryksformer og den institutionelle kontekst hvori kunst almindeligvis præsenteres. Tre psykologiske teorier om billedkunst diskuteres for at vise at hverken visuel skønhed, originalitet eller ekpressivitet kan tages som kriterium på kunst. Til slut fremstilles den æstetiske oplevelse som en konstituerende faktor i menneskets emotionelle liv og som det kriterium der adskiller et billedkunstnerisk værk fra andre billeder.

Hvad gør et billede til et kunstværk? Med andre ord hvad adskiller et billedkunstnerisk værk fra andre billeder så som bogillustrationer, reklamebilleder, pressefotografier og familiebilleder? Min påstand er at der ikke findes et visuelt kriterium, end ikke et sæt visuelle kriterier, der definerer den grundlæggende forskel mellem et billedkunstnerisk værk og billeder i øvrigt. Det vil sige at man ikke kan afgøre om et billede er et kunstværk gennem almindelig visuel perception og analyse. En sådan påstand virker umiddelbart absurd da vi sjældent har problemer med at skelne mellem billedkunstneriske værker og andre billeder. Vi kan være uenige om et billede bør anses som et kunstværk og om et kunstværk er godt eller dårligt, men vi er sjældent for ikke at sige aldrig i tvivl om et billede præsenteres som værende et kunstværk.

Jeg vil indledningsvis gøre rede for hvorledes vi er i stand til at afgøre om et billede er et kunstværk og hvorfor denne afgørelse alligevel ikke giver os kriterier for den kunstneriske forskel. Dernæst vil jeg fremstille og diskutere en række psykologiske synspunkter om kunst og sandsynliggøre at typiske kriterier så som visuel skønhed, originalitet og ekpressivitet ikke er tilstrækkelige til at afgøre om et billede er et kunstværk. Endelig vil jeg tage den æstetiske oplevelse som udtryk for det kunstneriske og med udgangspunkt i kunstoplevelsens fænomenologi bestemme den grundlæggende forskel mellem billedkunst og andre billeder.

Bjarne Sode Funch er ekstern lektor i personlighedspsykologi på Psykologisk Laboratorium, Københavns Universitet.

Billedkunstens kendetegn

Vi er sjældent i tvivl om et billede er et kunstværk. Spørgsmålet er hvordan vi så umiddelbart kan identificere hvad der er billedkunst. Det ville være logisk at antage at den forskel som er afgørende for vor skelnen mellem billedkunst og andre billeder også er det kriterium der definerer hvad billedkunst er, men det er min overbevisning at der er en række kendetegn ved billedkunstneriske værker og den kontekst hvori de optræder som ganske ofte for ikke at sige oftest får os til at se dem som billedkunst.

Tre forhold vil jeg trække frem. Det ene er de materialer et billedkunstnerisk værk er fremstillet af. Et andet er billedkunstens udtryksformer, og endelig vil jeg fremhæve det sted eller den kontekst hvori billedet præsenteres.

Der er en gammel tradition for at bruge oliemaling inden for billedkunsten. Traditionen går tilbage til det 15. århundrede hvor Jan van Eyck (død 1441) ofte nævnes som opfinder af oliemaling. Anvendelsen af olie som bindestof for farver kan dog spores endnu længere tilbage. Oliemaling anvendes næsten ikke inden for andre billedtyper end billedkunst, og det er et materiale der almindeligvis har så tydelige visuelle karakteristika at det er let at genkende selv for den som ikke har interesse for sig synderligt for malerkunst. Andre typiske materialer så som vandopløselige farver, gouache og akvarel, og flere typer for trykteknik så som radering, træsnit og akvatinte, for blot at nævne nogle få, anvendes yderst sjældent uden for det kunstneriske område. Det anvendte materiale er således ofte i sig selv et tilstrækkeligt kendetegn til at identificere et kunstværk. Det er ikke en fremgangsmåde der sikrer en korrekt afgørelse, men i langt de fleste tilfælde vil det anvendte materiale give et godt fingerpeg om et billede er fremstillet som kunstværk eller ej.

Den kunstneriske udtryksform er ved side af materialet et ydre kendetegn som kan identificere et kunstværk. Hvis vi kigger på billedkunst gennem historien kendetegnes den ved en lang række forskellige udtryksformer. Vi taler også om forskellige stilarter: realisme, impressionisme, symbolisme, kubisme og så videre. Der er ingen andre billedtyper der udmærker sig ved en tilsvarende variation, hverken gennem historien eller til enhver tid. Således er et utraditionelt billedudtryk ofte i sig selv tilstrækkeligt kendetegn på et billedkunstnerisk værk.

Endelig vil jeg nævne den kontekst hvori billedkunst præsenteres. Billedkunst er en del af en institution. Den produceres, udstilles, betragtes, erhverves og anvendes efter nøje fastlagte normer. Når et billede præsenteres på et kunstmuseet eller et galleri, så ved betragteren at det er et kunstværk. Det er så at sige bestemt inden for institutionen kunstverdenen at billedet er et kunstværk. Betragteren kan eventuelt mene at det er en ganske urimelig påstand, men dette ændrer sjældent ved det faktum at billedet er et kunstværk – og det ved betragteren godt selv. I de tilfælde hvor der kan være tvivl om et billede har status som kunst kan konteksten

i form af de institutionelle rammer være et sikkert kendetegn.

Den amerikanske filosof George Dickie (1984, 80) definerer et kunstværk som noget der er skabt til at blive præsenteret for et kunstpublikum. Uden at gå nærmere ind på den såkaldt institutionelle tese og den diskussion som den har foranlediget, så er det interessant i denne sammenhæng at se hvorledes den institutionelle praksis tillægges definatorisk status. Den kontekst hvori et billede præsenteres er således ikke blot et ydre kendetegn men et kriterium på kunst. Det skal dog tilføjes at den institutionelle tese drejer sig om kunst i en kommunikativ praksis og ikke, som man kunne forledes til at tro, om kunst som billede.

Konklusionen er at en almindelig betragter med blot en overfladisk viden om billedkunst vil være i stand til med det blotte øje at afgøre om et billede er et kunstværk. Denne afgørelse behøver derimod ikke at have noget som helst at gøre med billedets kunstneriske kvaliteter.

Spørgsmålet er derfor om der findes et visuelt kriterium, uanset om det bliver anvendt af publikum eller ej, der præsenterer en afgørende forskel mellem billedkunstneriske værker og billeder i øvrigt. Gennem psykologiens historie er der fremsat mange forskellige teser om hvad der identificerer et kunstværk og dermed også adskiller det fra andre billeder. Ingen af disse antagelser har bragt en endelig afslutning på diskussionen, men hver især har de bidraget konstruktivt til vor forståelse af billedkunst. I det følgende vil nogle af disse teser blive taget op til diskussion i et forsøg på at påvise at almindelig visuel perception og analyse ikke er tilstrækkeligt til at afgøre om et billede er et kunstværk.

Æstetisk skønhed

Kunst forbindes ofte med noget smukt. Det er ikke altid let at afgøre om det æstetiske ved et kunstværk refererer til motivets tema, kompositionens formelle opbygning eller et aspekt ved oplevelsen, men følger vi den forskningsmæssige interesse samler den sig næsten altid omkring det formelle i billedkompositionen. Dette skyldes for det første at billedelementerne er generelle for alle billedkunstneriske værker, og i øvrigt også for alle andre billeder, og for det andet at det formelt skønne ikke står i modsætning til det grusomme og onde som ofte er tema inden for billedkunsten. Et billede kan udmærket være grimt i den forstand at det fremstiller forfald, ulykke og grusomhed uden det dermed miste sin kunstneriske kvalitet. Ligeledes vil de fleste acceptere at et kunstværk udmærket kan foranledige noget oplevelsmæssigt ubehageligt. Uanset om motivet er grimt eller oplevelsen ubehagelig kan kompositionen være opbygget efter formelle æstetiske principper der anses som det bærende princip for kunstværket.

Et af psykologiens tidligste eksperimentelle undersøgelser drejer sig om det formelt æstetiske. Gustav Theodor Fechner som var grundlægger

af den eksperimentelle psykologi foretog en undersøgelse af det såkaldte *gyldne snit* allerede i slutningen af 1860'erne og begyndelsen af 1870'erne. Han foretog målinger både på malerier af anerkendte kunstnere og på genstande som for eksempel det kristne kors, men fandt ikke nogen særlig forkærlighed for en liniedeling efter det gyldne snits princip. Her skal det kort indføje, at det gyldne snit deler en linie i to dele således at forholdet mellem det mindste og største stykke svarer til forholdet mellem det største og hele linien; et forhold der ligger tæt på fem til otte.

Det var først i et senere eksperiment med rektangler at Fechner (1876) fandt at det rektangel som er fremstillet med proportioner efter det gyldne snits princip er det mest foretrukne. Hans forsøg viste at 78,66 ud af 228 mænd og 42,65 ud af 119 kvinder blandt ti rektangler med forskellige proportioner (inklusive en firkant) foretrak det rektangel som var konstrueret efter det gyldne snits princip. Dette var langt flere end nogen af de andre rektangler inklusiv firkanten kunne mønstre.

Fechners eksperiment med rektanglers formelle æstetik og ikke mindst hans metodiske fremgangsmåde kan diskuteres og kritiseres hvilket de også er blevet gennem tidens løb, men resultatet: at det rektangel som er proportioneret efter det gyldne snits princip er det mest foretrukne af alle rektangler, er bliver bekræftet i undersøgelser helt op til vore dage (se Green 1995).

Men hvorledes forholder det sig med det gyldne snits princip i forbindelse med billedkunstneriske værker? Der hersker ingen tvivl om at mange billedkunstnere har været opmærksomme på proportioner i kompositionens opbygning og at nogle som for eksempel den danske maler C. W. Eckersberg og den franske Pierre Puvis de Chavannes bevidst har brugt det gyldne snit som kompositionsprincip. Begynder vi derimod at lede efter det gyldne snit i tilfældigt udvalgte værker, kommer vi snart til den erkendelse som Fechner også nåede frem til da han undersøgte Raphaels madonna billeder at de færreste kompositioner er opbygget efter det gyldne snits princip. Dette udelukker naturligvis ikke at andre formelle æstetiske principper kan gøre sig gældende. Inden for den eksperimentelle psykologi har man undersøgt forhold så som symmetri, mangfoldighed i enhed, den skønne linie og ikke mindst farveharmonier, og resultaterne viser i alle tilfælde at ingen af disse æstetiske principper kan overføres til billedkunsten som et alment gældende princip.

Det kan konkluderes at de æstetiske principper vi kender i dag ikke kan overføres til billedkunsten og gøres til kriterium for værkernes kunstneriske identitet. Der er tale om delelementer som har formelle æstetiske kvaliteter der i visse tilfælde kan bidrage til en kompositions klarhed og harmoni, men i langt de fleste kunstværker er de ikke tilstedeværende og kan af samme grund ikke anses som afgørende kriterier på kunst.

Problematikken skærpes ved at den eksperimentelle æstetik overser et forhold omkring samtidens kunst. Det er således velkendt at mange tager afstand til deres samtids kunst. De udtrykker ligefrem at de finder den

grim. Denne afstandtagen er der fra det seneste århundrede mange eksempler på. Når den eksperimentelle æstetik henholder sig til flertallet som dommer over den gode smag, opstår et misforhold mellem den eksperimentelle og dagligdagens virkelighed som komplicerer spørgsmålet om de formelle æstetiske princippers betydning som kriterium på kunst. Eksperimentelle og almene observationer tyder på at publikums præferencer for det formelt æstetiske forbliver uændret, mens deres smag med hensyn til kunst ændrer sig med tiden.

Til belysning af det gyldne snit og dets anvendelse i kunst og i andre former for billeder har jeg foretaget en eksplorativ undersøgelse. I kataloger fra henholdsvis Louvre Museum i Paris og et varehus i København udvalgte i hver kategori et hundrede billeder med en central menneskelig skikkelse. Opmålinger viste at den menneskelige skikkelse kun i få tilfælde var placeret således at kropsaksen befandt sig i det gyldne snits position på billedfladen. Resultaterne kan naturligvis drages i tvivl på grund af fremgangsmåde og usikkerhed omkring opmåling, men resultatet som viste at i elleve kunstværker og i femten reklamefotografier var hovedfiguren placeret efter det gyldne snits princip må alligevel være tilstrækkeligt til at fastslå at det gyldne snit ikke er forbeholdt billedkunsten. Som det måtte forventes var hovedfiguren i de pågældende billeder som hovedregel placeret nærmere billedets midte end det gyldne snits position. Det skal tilføjes at den menneskelige skikkelse var placeret midt i billedet på tolv reklamefotografier og på enogtyve malerier.

Kunstnerisk originalitet

Ligesom æstetisk skønhed er kunstnerisk originalitet knyttet til kunst. Men hvad mener vi når vi siger, at et kunstværk er karakteriseret ved kunstnerisk originalitet? Og kan kunstnerisk originalitet være et identificerende kriterium på et billedkunstnerisk værk til forskel fra andre billeder?

Begrebet originalitet anvendes i forskellige sammenhænge og med forskellig betydning inden for det billedkunstneriske område. Med udgangspunkt i den latinske betegnelse *originalis* som betyder oprindelig har vi to anvendelser af begrebet. Der tales om at et kunstværk er en original i modsætning til et kopi. Med andre ord at kunstværket er det oprindelige værk mens reproduktioner, forfalskninger og andre kopier af det pågældende værk ikke er oprindelige og derfor sjældent værdsat på samme måde som originalen. Der tales også om at et kunstværk er originalt i betydningen af at være noget nyt der aldrig tidligere har været til stede. Kunstnerisk originalitet refererer kun til sidstnævnte betydning.

Mens det således ikke er vanskeligt at forstå hvad kunstnerisk originalitet er i forbindelse med billedkunst, kan det være særdeles vanskeligt at afgøre om et specifikt kunstværk repræsenterer noget originalt. Søger vi

indledningsvis at forestille os noget absolut nyt, noget vi aldrig tidligere har set eller oplevet, kommer vi hurtigt til den erkendelse, at dette ikke lader sig gøre. At det konkret ikke lader sig gøre kunne naturligvis skyldes vor mangel på kreativ forestillingsevne, men vi har heller aldrig siden den tidligste spædbarnsalder været præsenteret for noget der var absolut nyt. Et billedkunstnerisk værk vil altid på forskellige niveauer referere til noget bekendt. Alene anvendelsen af farver og former har umiddelbar bekendtheds-kvalitet. Et kunstværk kan altså kun være nyt på et eller andet punkt, mens det i øvrigt repræsenterer forhold af mere eller mindre bekendtheds-kvalitet. At noget er nyt i et kunstværk skal endog tages med visse modifikationer. Claude Monets *Impression: Solopgang* vakte sammen med andre værker på en udstilling i 1870'erne opmærksomhed på grund af en særlig malemåde. Tager vi kunsthistorien til efterretning repræsenterer billedet noget nyt, som ikke tidligere var blevet fremstillet inden for billedkunsten. At impressionismen var et skift i det daværende kunstsyn kan der næppe herske tvivl om, men analyserer vi Monets billede vil vi næppe være i stand til at identificere noget ganske specifikt i dets visuelle fremtrædelsesform som ikke på en eller andet måde kan refereres til noget der også forekommer i et kunstværk fra tiden før Monets billede blev malet. Vi kan måske nok lære at identificere et tilfældigt værk af Monet og dermed tilkendegive at vi reelt kan skelne det fra værker af andre kunstnere. Vi kan også definere hvad der er typisk for den franske impressionisme generelt og Monets impressionisme specifikt, men alle disse karakteristika vil have deres referencer til billedkunsten før impressionismen, for slet ikke at tale om at et værk af Monet vil referere til andre af hans værker. Problematikken bliver endnu mere kompleks hvis vi betragter kunstnerisk originalitet i en kontekst af hele vor visuelle oplevelsesunivers i stedet for at isolerer det til billedkunsten. Vi må erkende som det så ofte populært er sagt at intet er nyt under solen.

Begrebet kunstnerisk originalitet mister ikke nødvendigvis sin betydning fordi ethvert visuelt element eller kvalitet i et billede kan refereres til noget allerede bekendt. Anskuer vi billedet i sin helhed med tanke om både de intentioner der ligger bag og den effekt det kan have på beskueren, må vi nok i al fald umiddelbart erkende at et kunstværk kan være kunstnerisk originalt. Spørgsmålet er blot hvorledes vi kan definere denne originalitet.

Uden selv at være optaget af problematikken om kunstnerisk originalitet er Daniel E. Berlyne en af de få psykologer der har været særlig opmærksom på kunstnerisk nyhedskvalitet. Ligesom Fechner lægger han lystfølelsen som grundlag for kunstoplevelsen. Men i modsætning til den psykofysiske opfattelse sætter Berlyne (1971, 80) lystfølelsen ind i en adfærdspsykologisk kontekst og taler om kunstværkets hedoniske værdi som både omfatter følelser af præference, opstemthed ved det attraktive

og behag ved at tilegne sig ny viden og modtage feedback på ens anstrengelser.

Med udgangspunkt i en psykobiologisk opfattelse forbinder Berlyne (1971, 81) den hedoniske værdi med menneskets almene aktiveringsniveau. *Arousal* anvendes som betegnelsen for den tilstand af aktivitet eller vågenhed som et mennesket til enhver tid befinder sig i. Arousal kan variere fra dyb søvn til stærk ophidselse eller panik. Skift fra et arousalniveau til et andet er ofte forbundet med lystfølelse. Således opleves en moderat forøgelse af arousal som lystfyldt og det samme gælder en pludselig forøgelse som umiddelbart efterfølges af et fald i arousalniveau. Det er gennem sådanne ændringer i arousal at beskueren oplever lyst når han eller hun ser på kunstværker. Spørgsmålet er hvad det er i et kunstværk der forårsager de pågældende ændringer i arousalsystemet.

Berlyne (1974, 5) opfatter et kunstværk som en samling af elementer der overfører information fra forskellige kilder. Blandt disse elementer udpeger Berlyne hvad han (1971, 69; 141) kalder the *collative properties* eller *collative variables* som de mest betydningsfulde i forbindelse med oplevelsen af kunst. Det engelske begreb *collate* betyder at sammenligne hvilket i denne forbindelse henviser til at information fra to eller flere kilder sammenlignes for at opfatte det som kendetegner kunst. En af de kollative variable som Berlyne (1971, 142-143) tillægger stor betydning er novelty hvilket betyder at kunstværket fremstår som noget nyt og usædvanligt, noget beskueren ikke tidligere har set. Berlyne skelner mellem *absolute* novelty og *relative* novelty. Det absolut nye kan man som det indledningsvis blev nævnt næsten ikke forestille sig, mens det relative nye består af kendte elementer i en hidtil ukendt kombination eller noget nyt som resultat af noget allerede kendt. Berlyne skelner også mellem short-term novelty og long-term novelty hvor det første refererer til et stimulus der adskiller sig fra andre stimuli inden for de sidste par minutter, mens det langtidsnye referere til det kendte i det hele taget. Både det korttidsnye og langtidsnye som begge indvirker på arousal spiller en rolle i forbindelse med kunst. Det korttidsnye drejer sig om ligheder og forskelle mellem visuelle elementer i samme kunstværk, mens det langtidsnye i et kunstværk har nyhedsværdi i forhold til beskuerens daglige livs-omstændigheder eller kunstværker set på tidligere tidspunkter.

Det nye i Berlynes fremstilling svarer til det der almindeligvis forstås ved kunstnerisk originalitet. Sammen med andre kollative variable så som det overraskende, det komplekse og det flertydige, er det nye i et kunstværk afgørende for værkets hedoniske værdi og dermed også for en ændring i beskuerens arousalniveau. Spørgsmålet er om kunstværker i sammenligning med andre billeder udmærker sig ved det nye.

Kunstnerisk originalitet som det relativt nye i tid og sted er en problematik der er langt mere kompleks end Berlynes fremstilling lader ane. Et forhold står dog fast: Når det nye sættes i en psykobiologisk kontekst hvor arousal er en reaktion på det nye, så må det nye også defineres på et

individualpsykologisk niveau. Det vil sige at alt hvad der er nyt for den enkelte også i princippet er kriterium på kunst. Af gode grunde lader det nye sig derfor ikke generalisere på det visuelle niveau. På det psykologiske niveau kendetegnes det nye ved arousal, og hvis man forestiller sig en eksperimentel undersøgelse hvor de fysiologiske manifestationer på arousal bliver målt mens forsøgspersonerne bliver præsenteret for henholdsvis kunstværker og andre billeder skulle det være muligt at fastslå en eventuel forskel. Almene observationer er dog tilstrækkelige til at fastslå at billeder generelt kan stimulere arousal. Vi behøver blot at tænke på hvorledes almindelige fotografier fra ferieoplevelser og familiebegivenheder kan vække følelsesmæssige reaktioner. Arousal i forbindelse med det nye og hidtil usete kan iagttages i forbindelse med reklamens billeder hvor det nye og overraskende bruges til at tiltrække køberens opmærksomheden for at opnå den ønskede påvirkning. Berlyne (1971, 146) skelner ganske vist mellem det nye og det overraskende hvor sidstnævnte står i forhold til beskuerens forventninger, mens det nye relaterer til det kendte. Billedkunsten er antagelig i højere grad end reklamen karakteriseret ved det nye, mens overraskelsen mere hører reklamens til; men hvis vi vender os mod en helt anden kategori af billeder, nemlig reportagens billeder, så udmærker de sig netop ved at fremstille episoder og forhold som beskueren ikke selv har været vidne til. Hvem har for eksempel ikke været fascineret af billeder fra den første månelanding blot for at nævne et enkelt eksempel.

Det skal ikke udelukkes at billedkunsten i et større perspektiv repræsenterer det nye i højere grad end andre billeder, men i Berlynes psykobiologiske teori gives ikke mulighed for af afgrænse og definere dette nye som et kriterium på kunst. Vi må konkludere at kunstnerisk originalitet er et besnærende kriterium fordi billedkunsten udmærker sig ved righoldig og fantasifuld visuel variation, men på foreliggende grundlag er vi ikke i stand til at definere dette forhold på hverken et visuelt eller emotionelt niveau.

Visuel ekspressivitet

I daglig omtale af kunst refereres ofte til billedets udtryk forstået på den måde at der ses en særlig dynamik, spænding eller energi i billedets komposition. Desværre har begrebet *ekspression*, som optræder både i engelsk, fransk og tysk, aldrig fundet indpas i det danske sprog hvor begreberne *udtryk* og *udtryksfuldhed* leder tanken mere hen på noget indholdsmæssigt – et sørgmodigt udtryk for eksempel – end selve det dynamiske aspekt. Begrebet *ekspression* har dog fået sin særlige placering inden for billedkunsten i form af *ekspressionisme* som i snæver betydning refererer til en særlig stilart i slutningen af forrige århundrede og i bredere betydning til kunst der i særlig grad taler til følelserne. Når jeg i det

følgende taler om et kunstværks *visuelle ekspressivitet* skal dette forstås i endnu bredere betydning som noget der vedrører ethvert billedkunstnerisk værk. Ekspressivitet bruges synonymt med begrebet udtryk i et forsøg på at accentuere den dynamiske kvalitet i billedet. Et kunstværks visuelle ekspressivitet betegner således en dynamisk kvalitet som måske er særlig fremtrædende i ekspressionistiske værker, men som i øvrigt er en kvalitet ved ethvert kunstværk.

I daglig tale refererer begrebet udtryk til indre psykologiske forhold så som følelser, holdninger og tanker som disse manifesterer sig i personens adfærd, mimik og gestus. Vi taler på tilsvarende måde om at en håndskrift, en særlig påklædning eller andre forhold udtrykker noget om den pågældende person. Et kunstværk kan også opfattes som et udtryk i tilsvarende betydning. I visse tilfælde opfattes kunstværket som et udtryk for kunstnerens egen tilstand, mens det i andre tilfælde ses som en kvalitet ved kunstværket der er skabt uden at det nødvendigvis har noget at gøre med kunstnerens personlige sindstilstand. Det centrale i denne sammenhæng er beskuerens oplevelse af visuel ekspressivitet og ikke udtrykkets kreative genese, men også på dette punkt hersker forskellige opfattelser. Betragter vi Edvard Munchs *Skriget* (fig. 1) er der flere mulige reaktioner. Vi kan opfatte en person i panik. Med andre ord, vi genkender noget fra virkeligheden i det pågældende billede. Vi kan opfatte motivet som udtryk for en specifik situation af angst og panik, men vi kan også se det som udtryk for noget almenmenneskeligt. Der er på den anden side også mulighed for at vi som betragter reagerer emotionelt. Vi bliver selv påvirket og føler en tilstand af panisk angst. Følelsen er måske ikke så voldsom som den ville have været i en reel angstsituation, men følelsen er til stede og er måske endog fysiologisk manifesterer ved hjerterbanken og transpiration. Der eksisterer også den mulighed at vi som betragter responderer til Munchs billede med en følelse af bekymring og sympati. At vi som i så mange situationer i dagligdagen reagerer emotionelt ved at respondere med en følelse der modsvarer det sete snarere end af reproducere den emotion vi iagttager.

Ingen kan på forhånd forudse hvordan den enkelte beskuer vil reagere på et bestemt billede. De nævnte reaktioner er alle reelle menneskelige reaktioner og som sådan er den ene ikke mere rigtig end den anden. Vi kan blot konstatere at de finder sted. Når jeg i det følgende vil koncentrere mig om de emotionelle reaktioner på visuel ekspressivitet, så er det således ikke et udtryk for at den kognitive opfattelse af et billede og dets udtryk er mindre væsentlig, men kun en tilkendegivelse af at jeg finder den emotionelle reaktion snævert forbundet med visuel ekspressivitet, mens kognitiv registrering gælder enhver form for visuel information og ikke blot ekspressiv information.



Fig. 1. *Skriget* af Edvard Munch

Visuel ekspressivitet er en billedlig kvalitet der ligesom æstetisk skønhed er forbundet med det kunstneriske i et billedet. I visse tilfælde i en sådan grad at det betragtes som kilden til værkets kunstneriske identitet. Inden for den psykologiske æstetik er Rudolf Arnheim en fremtrædende repræsentant for dette synspunkt. I Arnheims (1974) teori om billedkunst og visuel perception har visuel ekspressivitet en særlig position. Visuel ekspressivitet er ved siden af form og farve en visuel kvalitet der opfattes direkte med øjet. Denne ekspressivitet manifesteres ganske vist gennem visuelle elementer så som form og farve, men opfattes alligevel direkte uden formidlende overgang fra disse elementer. Ser beskueren en arrig hund så opfattes det ekspressive umiddelbart uden en forudgående registrering af hvorledes hunden ser ud rent formelt. Arnheim (1974, 416) går så vidt at han anser ekspressivitet som »the very essence of perceptual experience.« Ved perception af et billedkunstnerisk værk opfatter beskueren således også de ekspressive kvaliteter uden først at skulle gøre sig de formelle visuelle forhold klart.

De ekspressive kvaliteter i et kunstværk ligger ifølge Arnheim i kunstværkets kompositionelle opbygning, og han (1974, 432) påstår at en komposition kun er vellykket når hver enkel detalje passer logisk i helhedens dynamik. Et kunstværk er med andre ord en dynamisk helhed hvor hver detalje medvirker i et samlet kunstnerisk udtryk. Det er på dette punkt at billedkunstneriske værker adskiller sig fra vor visuelle omverden hvor de enkelte komponenter sjældent for ikke at sige aldrig er sammensat til en kompositionel helhed, men optræder som en tilfældig samling af enheder. Kunstneren derimod kan afgrænse, udvælge og sammensætte sin komposition, således at de enkelte dele kommer til at udgøre et samlet ekspressivt udtryk. Derfor er det kunstneriske medium særlig velegnet til at skabe et bestemt ekspressivt udtryk. Dette har ifølge Arnheim (1989) en særlig pædagogisk funktion ved at skærpe beskuerens sans for det ekspressive i vore visuelle omgivelser hvilket er en nødvendig forudsætning for en konstruktiv forståelse af virkeligheden.

Det er Arnheims opfattelse at de dynamiske kræfter som kommer til udtryk i en kunstnerisk komposition også manifesterer sig i beskuerens bevidsthed. Han (1974, 16) hævder at disse dynamiske kræfter i en vis forstand er virkelige, både i den fysiske virkelighed som billedet udgør og i den psykiske virkelighed hvor beskueren oplever kunstværkets ekspressive tema. Der er ikke et almindeligt årsagsforhold mellem det fysiske og psykiske, men der er tale om et dynamisk forhold manifesteret i to forskellige media.

Spørgsmålet er om visuel ekspressivitet i billedkunstneriske værker adskiller sig radikalt fra ekspressivitet i andre billeder. Som udgangspunkt kan vi konstatere at en del billeder som falder uden for kategorien billedkunst er komponeret af en tegner eller designer på samme måde som en kunstner ville gøre det. Motivet er udvalgt, fremstillingen begrænset og kompositionen opbygget gennem forenkling og samstilling. Endog ved fotografering hvor den visuelle omverden i en vis forstand blot gengives er der i mange tilfælde foretaget en bearbejdning med henblik på billedets komposition. Både i pressefotografiet og familiebilledet sker en udvælgelse og afgrænsning, og i visse tilfælde endog en forudgående opstilling og organisering med henblik på at optage det »gode« billede. Spørgsmålet er om disse billeder i samme grad som billedkunstneriske værker er karakteriseret ved visuelle kræfter fokuseret omkring et visuelt tema. Der er næppe tvivl om at hvis man sammenligner et tilfældigt udvalg af kunstværker med et tilsvarende udvalg af andre billeder, så vil man kunne spore en større indsats omkring det kompositionelle udtryk inden for billedkunsten end andre områder, men dette forhold udelukker ikke at billeder der ikke anses som kunst er produceret med ligeså ihærdig kompositionel intention som mange kunstværker er. Reklamebilleder for eksempel udmærker sig i visse tilfælde med en kompositionel stringens der svarer til billedkunstens.

Billedet af en tennisspiller (fig. 2), som stammer fra en turistbrochure, er et eksempel på koordineret ekspressivitet. Billedet er beskåret således, at alt inden for billedets rammer samvirker om et kraftfuldt og præcist slag, der sender bolden lige i synet på billedets beskuer. Slaget signaliserer dygtighed, sikkerhed, præcision og koncentration. Billedet er koncentreret om spilleren og alt der kunne svække billedets ekspressivitet som for eksempel modspiller, dommer og publikum er udeladt. Baggrunden er uskarp hvilket giver en neutral grund for hovedmotivet. Ved billedets beskæring er bolden placeret lidt til venstre for midten, hvilket giver indtryk af bevægelse. Ifølge Arnheims (1974, 16) teori er denne bevægelse både manifesteret som visuelle kræfter i billedet og som kræfter eller spændinger i beskuerens bevidsthed i et forsøg på at bringe bolden hen i en stabil position. Tennisspillerens åbne mund som er mindre og mere markant end bolden giver bolden retning ud af billedet mod beskueren. Slagets styrke underbygges af spillerens kropsdynamik. Den usædvanlige men dog organiske akse gennem spillerens krop tilføje en eksplosiv kraft til slaget. Ketsjerens placering til venstre og fremme i billedet skaber den nødvendige balance til at give indtryk af sikkerhed. Det

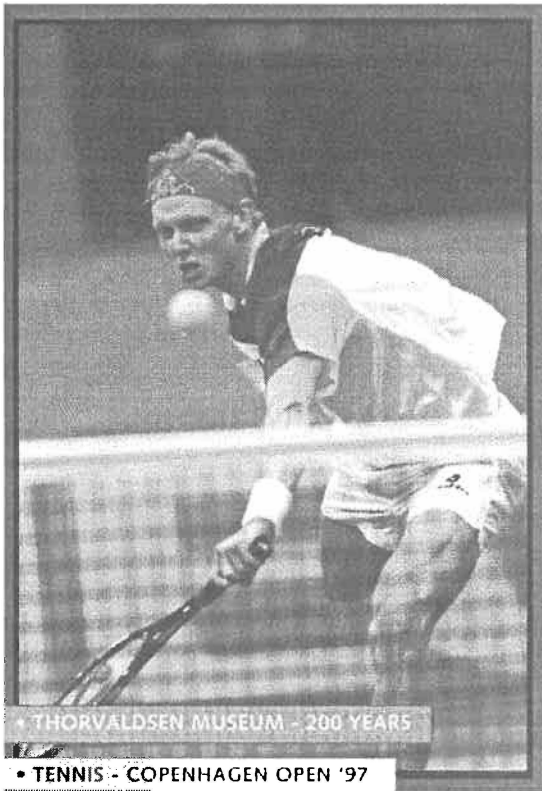


Fig. 2. Tennisspiller.
Forsidefoto fra
turistbrochure.

kraftfulde i kompositionen er yderligere skærpet ved en beskæring der lader netkanten gå skråt gennem billedet. Nettet ses derfor ikke som en barriere mellem spiller og beskuer, men fremhæver processen i deres samspil. Det præcise slag er ikke blot underbygget af en bevægelse direkte mod beskueren, men også af at bevægelsen danner en let vinkel, således at bolden bevæger sig i almindelig læseretning mod det centrum som beskueren befinder sig i. Det skal ikke udelukkes at billedet kan være spejlvendt netop for at opnå denne dynamik. Bort set fra de bånd med tekst som er placeret hen over billedets underkant opfylder billedet Arnheims krav om koordinerede visuelle kræfter, men vi vil næppe af den grund betragte det som et kunstværk.

Den æstetiske oplevelse

Det kan ikke ses om et billede er et kunstværk, det kan kun opleves. Dette kan umiddelbart lyde som en selvmodsigelse da perception og oplevelse ikke er alternativer, men snarere to begreber om samme sag. I denne artikel gøres indledningsvis opmærksom på at det er de færreste der har problemer med at identificere et billede som et kunstværk, men at deres skelnen sandsynligvis ofte refererer til kriterier som ikke er essentielle for billedkunsten. I de efterfølgende afsnit undersøgtes tre forskellige opfattelser af billedkunst, og det blev konstateret at hverken visuel skønhed, originalitet eller ekspressivitet kan fungere som afgørende kriterium for en skelnen mellem billedkunstneriske værker og andre billeder. Det skal dermed ikke udelukkes at en præcisering af disse begreber og deres applikation til specifikke billeder kan føre frem til et differentierende kriterium, men på det foreliggende grundlag lader det sig ikke gøre. Ligeledes skal det ikke udelukkes at andre kunstopfattelser hvor billedet som mimesis, tegn, symbol, metafor eller andet kan føre frem til en visuel definition af det æstetiske. Alligevel vover jeg den påstand at kun gennem den æstetiske oplevelse som transcendent fænomen træffes afgørelsen om et billede er et kunstværk. Mens den æstetiske oplevelses fænomenologiske fremtræden er beskrevet andetsteds (Funch 1997) vil jeg i det følgende redegøre for den æstetiske oplevelse som bevidsthedsfænomen og dens betydning i individets selv-realiseringsproces.

En æstetisk oplevelse med et kunstværk hvor oplevelsen transcenderer den almindelige bevidsthedsstrøm er for den enkelte et relativt sjældent fænomen. Oplevelsen udmærker sig ved usædvanlig helhed, både på det visuelle og på det mere generelle oplevelsesmæssige plan. Det visuelle aspekt af oplevelsen i form af kunstværket er karakteriseret ved et personligt nærvær som om beskuerens egen identitet er transparent til stede i oplevelsen. Den æstetiske oplevelsen er i det hele taget så intens og nærværende at den bedst forstås som en proces der reflekteres i sig selv hvor alt indenfor intensiveres og alt udenfor ekskluderes. Mange af de fæno-

menologiske træk der karakteriserer denne oplevelse er snævert forbundet med oplevelsens transcendent karakter hvilket betyder at de samme træk ikke kan konstateres gennem almindelig perception hverken forud for den æstetiske oplevelse eller bagefter. Dette gælder også det visuelle aspekt af oplevelsen, selv om man let kan forledes til at tro at et billede kun har én visuel fremtrædelsesform.

Det er min antagelse at en æstetisk oplevelse som transcendent fænomen kommer i stand gennem selv-refleksion. Der er dog ikke tale om almindelig selv-refleksion hvor et aspekt af egen personlighed gøres til genstand for opmærksomhed. Der er derimod tale om en relation som forholder sig til sig selv. Relationen mellem et sæt af erfaringer og kunstværket reflekteres i sig selv. Dette betyder at oplevelse har et afgrænset og klar fokus uden en intentionalitet der rækker ud over oplevelsen.

Vor bevidsthed er almindeligvis karakteriseret ved en uophørlig strøm af sansemæssige indtryk, følelser, tanker, forestillinger og erindringer. Disse aspekter danner et kompleks som tilsammen konstituerer oplevelsen. Gennem refleksion kan aspekter i den uophørlige oplevelsesstrøm gøres til genstand for opmærksomhed, men forskellen på denne reflekterende bevidsthed og den spontane bevidsthed bemærkes sjældent fordi de på mange punkter ligner hinanden. Da vor bevidsthed ubemærket glider fra den ene indstilling til den anden skabes en fælles bevidsthed som vi kan kalde den almene bevidsthed. Den æstetiske oplevelse er transcendent i den forstand at den ved sin særegne fænomenologiske fremtræden klart adskiller sig fra den almene bevidsthed. Den pågældende person kan således ikke undgå at bemærke det bevidsthedsmæssige skift, og da den æstetiske oplevelse tillige efterlader en tilstand af vitalitet og følelsesmæssig tilfredsstillelse udskilles den spontant som noget afgrænset og enestående. Spørgsmålet er hvorfor dette skift fra almen bevidsthedsstrøm til æstetisk oplevelse overhovedet finder sted, hvordan det kommer i stand og hvilket formål det tjener.

Det er min antagelse at en æstetisk oplevelse er et tilfælde hvor en emotion forsynes med en distinkt form. Emotionelle aspekter i vort oplevelsesunivers konstitueres i forbindelse med de sans- og forestillingsmæssige forhold som karakteriserer den pågældende eksistentielle situation. Oplever vi for eksempel noget så simpelt som en følelse af smerte, kan vi ikke forestille os denne smerte uden dens tilknytning til det sted hvor det gør ondt. Har vi ondt i en tand kan vi ikke gøre denne smerte til genstand for refleksion uden samtidig at medtænke tanden eller tandroden hvor smerten er lokaliseret. Det er dog ikke alle følelser der er så entydigt forbundet med deres kropslige ophav. Mange følelser eller emotioner som for eksempel varianter af angst, kærlighed, sorg og melankoli er funderet i eksistentielle livstemaer uden tilsvarende holdepunkter. En bestemt emotionel kvalitet kan således let blive henvist til en slags skyggetilværelse i bevidstheden, idet den nok opleves i den konkrete situation, men ikke kan genkaldes eller reflekteres fordi den ikke er bundet til no-

get specifikt i den sansede eller forestillede verden. Det er i denne sammenhæng at kunstværker kan træder ind og bidrage med en distinkt form til en emotions konstituering.

Den æstetiske oplevelse er et tilfælde hvor en person med en særlig emotionel erfaring træffer på et kunstværk der vækker det eksistentielle tema som emotionen er del af og som med sin kunstneriske form bidrager til emotionens konstituering. Vi må forstille os hvorledes en person gennem livet oplever situationer af eksistentiel vigtighed, men at den sansede virkelighed ikke i alle tilfælde giver grundlag for en konstituering af oplevelsens emotionelle aspekt. Den pågældende emotion lagres derfor i »hukommelsen« i dens abstrakte form. Træffer personen på et kunstværk som aktualiserer det pågældende livstema bliver temaets emotionelle kvalitet genskabt; men til forskel fra tidligere situationer optræder følelsen denne gang i en oplevelse hvor det sansemæssige er afgrænset og defineret ved en visuel fremstilling der bliver emotionens første konstituerende form. Den æstetiske oplevelse forudsætter således et sammentræf mellem ganske bestemte oplevelseserfaringer og et kunstværk som aktualiserer disse erfaringer.

En æstetisk oplevelse efterlader almindeligvis et dybt indtryk og kunstværket som har foranlediget oplevelsen indtager fremover en særlig plads i beskuerens bevidsthed. Der er således både fænomenologisk og teoretisk basis for at betragte den æstetiske oplevelse som kriterium på om et billede er et kunstværk. På den anden side er en æstetisk oplevelse et relativt sjældent fænomen hvilket i princippet betyder at kun ganske få billeder – om nogen overhovedet – indtager en position som kunstværk for det enkelte individ. Den æstetiske oplevelse som kriterium på kunst må derfor anses som et definatorisk princip der ikke nødvendigvis afspejler hvad den enkelte opfatter som værende kunst.

Kunst er ikke kun et individualpsykologisk fænomen, men også en samfundsmæssig institution. Det kan derfor være oplysende at sætte den æstetiske oplevelse ind i en bredere kontekst end den oplevelsesmæssige. Med ændringer i materielle, økologiske og sociale vilkår skabes nye betingelser for den menneskelige eksistens. Nye eksistentielle temaer opstår og nye emotioner må konstitueres. På baggrund af tesen om kunstens psykologiske funktion må samtidens kunst bidrage til konstituering af de emotioner som fremkaldes af tidens nye vilkår. Det billede som har potentiale til at aktualisere et af samtidens eksistentielle temaer og forsyner en ny emotionel kvalitet med en distinkt form vil indtage en plads i kunstinstitutionen.

Mod denne fremstilling af kunstværkets konstituering i individ og samfund kan indvendes at således ser virkeligheden slet ikke ud. Der produceres en række billeder som allerede under produktionsfasen betragtes som kunst. Når disse billeder præsenteres for publikum er de for længst udskilt som en særlig kategori. Det er dog værd at bemærke at kun ganske få af disse såkaldte kunstværker får en plads i den nationale og inter-

ationale kunsthistorie. Sammenholder vi de kunstværker som kendetegner en særlig epoke i menneskets historie, så er der i princippet kun tale om ganske få, hvilket antagelig svarer ganske godt overens med de emotionelle ændringer som pågældende tid påkræver.

Den omstændighed at en særlig kategori af billeder er fremstillet med henblik på æstetisk oplevelse leder opmærksomheden hen på et særligt forhold som adskiller billedkunstneriske værker både i snæver og bred forstand – fra andre billeder. Den æstetiske oplevelse er karakteriseret ved en intentionalitet der er integreret i oplevelsen og ikke som i almen bevidsthed rækker ud over oplevelsen. Overfør vi dette forhold til kunstværkets genese, betyder det at kunstværkets funktion ses i forhold til beskuerens selv-realisering og ikke som med andre billeder fremstillet med henblik på noget der ligger uden for oplevelsen. Reklamebilledet for eksempel fremstilles for at vække interesse for en vare, bogillustrationen for at give et didaktisk indblik og familiefotografiet for vække en erindring. Hvis et kunstværk på lignende måde fremstilles med for eksempel et ideologiske eller propagandistiske formål, er dette i sig selv diskvalificerende. Det vil sige at allerede i billedets genese ligger en idé om oplevelsens intentionalitet, og det er kun kunstværket der fremstilles med henblik på at aktualisere en intrapsykisk intentionalitet i oplevelsen. Da det kun er i den æstetiske oplevelse som transcendent fænomen at denne kunstneriske intention fuldføres, må den æstetiske oplevelse ud fra en psykologisk synsvinkel anses som det grundlæggende kriterium for kunst.

REFERENCER

- ARNHEIM, R. (1974). *Art and visual perception: A psychology of the creative Eye*. 2. udg. Berkeley: University of California Press.
- ARNHEIM, R. (1989). *Thoughts on art education*. Los Angeles: Getty Center for Education in the Arts.
- BERLYNE, D. E. (1971). *Aesthetics and psychobiology*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- BERLYNE, D. E. (1974). The new experimental aesthetics. I *Studies in the new experimental aesthetics: Steps toward an objective psychology of aesthetic appreciation*, redigeret af D. E. Berlyne, 1-25. Washington, D.C.: Hemisphere Publishing Corporation.
- DICKIE, G. (1984). *The art circle: A theory of art*. New York: Havens.
- FECHNER, G. T. (1876). *Vorschule der Aesthetik*. 2 bind i et. Leipzig: Breitkopf und Härtel.
- FUNCH, B. S. (1997). *The psychology of art appreciation*. København: Museum Tusulanums Forlag.
- GREEN, C. D. (1995). All that glitters: a review of psychological research on the aesthetics of the golden section. *Perception* 24: 937-968.