

1. Sociologie umění, jak již sám smysl tohoto slova naznačuje, zahrnuje všechny aspekty vztahu umění a společnosti. Není možné ji omezit pouze na některý aspekt, jakým je třeba společenské působení uměleckých děl, neboť toto působení samo je jenom jedním momentem v totalitě tohoto vztahu. Nelze je vytržít a prohlásit za jediný vhodný předmět sociologie umění, neboť by to znamenalo nahradit věcný zájem sociologie umění, který se vymyká běžné definici, metodologickou preferencí, totiž přednostním používáním postupů obvyklých při empirickém sociologickém výzkumu, které si činí nárok na určení a kvantifikaci recepce uměleckých děl. Dogmatické omezení na tuto stránku věci by však ohrozilo objektivní poznání, na něž si činí výlučný nárok, protože působení uměleckých děl a vůbec výtvorů ducha není nic absolutního a konečného, co by se dalo dostatečně určit ve vztahu k přijímajícímu subjektu. Spíše naopak, toto působení je závislé na nesčetných mechanismech šíření, sociální kontroly a autority, na sociální struktuře, v jejímž rámci lze konstatovat souvislosti tohoto působení, a také na společensky podmíněném stavu vědomí a podvědomí těch, kteří jsou tomuto působení vystaveni. Empirické zkoumání v Americe to uznává dávno. Jeden z jeho nejzávažnějších a nejvýznamnějších zastánců, Paul F. Lazarsfeld, zahrnul do své knihy *Radio Research* (1941) dvě studie, jež se zabývají právě otázkami determinace onoho masového působení, které — rozumím-li dobře polemickému názoru Alphonse Silbermanna — představuje jedinou legitimní oblast sociologie hudby, totiž ono „plugging“ — tedy intenzivní reklamu, kterou se šlágry teprve šlágry stávají, a určité strukturální problémy hudby samotné, které mají komplexní a historickým změnám podléhající vztah k účinku. Příslušné úvahy jsem přearačil do kapitoly *O hudebních úkolech rozhlasu* ze studie *Der getreue Korrepetitor*. Sociologie hud-

by by zaostávala za dosaženým standardem právě také amerického výzkumu, kdyby problémy tohoto druhu nepovažovala za rovnocenné.

2. Považuji za naprosté nepochopení, když jsou mé práce ze sociologie hudby, publikované po návratu z emigrace, považovány za protichůdné empirickému sociologickému výzkumu. Chtěl bych zdůraznit, že v rámci jejich vlastního úseku považuji tyto metody nejen za důležité, nýbrž také za adekvátní. Veškerá produkce tak zvaných masových medií je již a priori těmito empirickým metodám blízká, a jejich výsledků pak zase používají masová media. Je známo úzké spojení mezi masovými medií a empirickým sociálním výzkumem: dnešní prezident jednoho z největších amerických komerčních rozhlasových podniků, společnosti CBS, byl ředitelem výzkumu ve svém podniku předtím, než dosáhl nynější pozice. Myslím však, že je požadavkem nejprostšího lidského rozumu, a nikoli teprve filosofické reflexe, uvést zkoumání s pomocí dotazů do správných souvislostí, mají-li skutečně sloužit společenskému poznání a nemají-li být jen informací pro zájemce. To žádá i Silbermann a navazuje na René Königa, hovoří o analytické funkci sociologie umění. Lazarsfeld je svého času souhlasně označil pojmem „critical communication research“, v protikladu k výzkumům administrativním. Pojem „uměleckého prožitku“ (Kunsterlebnis), kterým se má podle Silbermanna sociologie umění výhradně zabývat, vytváří problémy, které se dají řešit jediné průzkumem věci, jež má být „prožívána“, a podmínek jejího rozšíření: jediné v tomto kontextu dostávají zkoumání svůj význam. Takzvaný umělecký prožitek, který sotva má klíčový význam pro kulturní konzum, lze velmi těžko určit. S výjimkou důkladných znalostí zůstane jeho určení velmi difúzní. Velmi mnoho lidí se zdráhá vyjádřit jej slovy. Vzhledem k masovým komunikacím,

kteřé představují celý systém podnětů, se mimoto jedná méně o jednotlivé prožitky než o kumulativní efekt. „Umělecké prožitky“ vůbec mají jen relativní platnost pro svůj objekt, jejich význam lze zjistit jedině v konfrontaci s tímto objektem. Jen zdánlivě jsou něčím primárním, ve skutečnosti jsou výsledkem; nekonečně mnoho stojí za nimi. Problémy jako otázka adekvátnosti či neadekvátnosti „uměleckých prožitků“ vzhledem k jejich předmětu, jak se s nimi setkáváme v případě masové recepce uměleckých děl označovaných za klasická, problémy očividně nejvyšší sociologické relevance, nemohou vůbec být zachyceny subjektivně orientovanou metodou. Ideálem sociologie umění by bylo uvést v soulad objektivní analýzy (tj. analýzy uměleckých děl), analýzy strukturálních a specifických mechanismů působení a analýzy subjektivně registrovatelných nálezů. Měly by se navzájem vysvětlit.

3. Otázka, zda je umění a všechno, co se k němu vztahuje, sociálním jevem, je sama o sobě sociologickým problémem. Existují nanejvýš vznešená umělecká díla, která přinejmenším podle kritérií svého kvantitativního účinku nehrají společensky závažnou roli a neměla by tedy být podle Silbermanna brána v úvahu. Tím by však byla sociologie umění ochuzena: nejvýznamnější umělecká díla by propadla jejím sítím. Když přes jejich kvalitu není jejich sociální působení významné, představuje tato skutečnost stejně tak „fait social“ jako její opak. Má snad k tomu sociologie umění mlčet? Sám sociální obsah uměleckých děl spočívá — v protikladu k poněkud konvenčním a strnulým formám, vědomí — právě v protestu proti sociální recepci; to se v autonomních útvarech stalo takřka pravidlem od jistého historického okamžiku, který bychom mohli klást do poloviny 19. století. Sociologie umění, která by tuto skutečnost přehlížela, by se stala pouhou technikou ve službě agentur, které chtějí zjistit, čím mají šanci získat zákazníky a čím ne.

4. Latentní axiom toho pojetí, jež by chtělo omezit sociologii umění na pouhé průzkumy působení uměleckých děl, je ten, že se umělecká díla vyčerpávají v subjektivních reflexech. Pro toto vědecké stanovisko jsou pouhými stimuly. Tento model se hodí v nejširším měřítku na maso-

vá media, která jsou kalkulována na působení a modelována podle předpokládaného působení, a sice podle ideologických cílů plánujících. Neplatí to však obecně. Autonomní umělecká díla se řídí svou imanentní zákonitostí, tím, co je organizuje jako smysluplná a platná. Záměr působení může být vedlejší. Jeho vztah k oněm objektivním momentům je komplexní a velmi rozmanitý. Avšak samozřejmě nepředstavuje začátek a konec uměleckých děl. Jsou sama duchovnem, které lze poznat a určit podle jejich duchovní skladby; nejsou tedy nekvalifikované, neznámé a analýze se vymykající příčiny reflexních svazků. Nesrovnatelně víc je možno z nich vyčíst než připouští postup, který chce vydvihnout (ausklammern), jak se to v moderní němčině nazývá, objektivitu a obsah děl. Právě toto „vyzdvížení“ má sociální implikace. Proto je třeba zařadit duchovní určení děl, ať pozitivní nebo negativní, do pojednání o souvislostech působení. Protože umělecká díla podléhají jiné logice než logice pojmu, soudy a závěry, lpí na poznání objektivního uměleckého obsahu stín relativního. Avšak cesta od této relativity v nejvyšším až k principiálnímu popření objektivního obsahu vůbec je tak daleká, že je možno posuzovat vzniklý rozdíl jako jeden celek. Nakonec může působit značné obtíže, má-li se myšlenkově rozvinout objektivní obsah některého pozdního Beethovenova kvarteta; avšak je nutno stanovit rozdíl mezi tímto obsahem a obsahem nějakého šlágru, a sice pomocí velmi výstižných a zcela technických kategorií. Všeobecně připisují lidé, kterým je umění cizí, uměleckým dílům daleko vyšší iracionalitu než ti, kteří se sami zabývají disciplínou děl a něčemu z nich rozumí. K tomu, co je třeba určit, náleží také uměleckým dílům imanentní sociální obsah, jako např. vztah Beethovenův k občanské autonomii, svobodě, subjektivitě, až k jeho kompoziční metodě. Tento sociální obsah je — byť nevědomky — fermentem působivosti. Pokud se sociologie umění o to nezajímá, uniknou jí nehlubší vztahy mezi uměním a společností: právě ony vztahy, které krystalizují v uměleckých dílech samých.

5. To se týká také otázky umělecké kvality. Chápeme ji nejdříve docela jednoduše jako přiměřenost estetických prostřed-

ků estetickým účelům, jako souzvuk; pak ovšem také jako účel sám — ať už se jedná o manipulaci se zákazníky či o něco objektivního — často o sociologické bádání. I když sociologické bádání bezprostředně neprovádí kritickou analýzu, je nicméně nutně její podmínkou. Postulát tak zvané svobody hodnot nemůže od toho osvobodit. Veškerá diskuse o svobodě hodnot, kterou se mnozí snaží znovu oživit a kterou chtějí dokonce učinit rozhodujícím bodem kontraverze v sociologii, je překonána. Na jedné straně není možno brát v úvahu volně pohyblivé hodnoty nacházející se mimo sociální vazby nebo mimo projevy ducha. To by bylo dogmatické a naivní. Pojem hodnot sám o sobě je již výrazem situace, v níž se vědomí duchovní objektivit rozplývá. Jako protíváha k hrubému relativismu byl pojem hodnot libovolně zvětšen. Na druhé straně však každá umělecká zkušenost — ve skutečnosti každý jednoduchý soud predikativní logiky — předpokládá tolik kritiky, že abstrahovat od něho by bylo stejně tak svévolné a abstraktní jako hypostáza hodnot. Výmysl rozlišovat hodnoty a svobodu hodnot pochází shora. Oba pojmy jsou poznamenány falešným vědomím, iracionální dogmatickou hypostázou, právě tak jako neutralizujícím a pro svůj nedostatek soudnosti rovněž iracionálním přijímáním toho, co je dané. Sociologie umění, která by se dala vést postulátem Maxe Webera, že každý, kdo je sociologem a ne metodologem, je vysoce kvalifikovaný, by zůstala při veškerém pragmatismu neplodná. Právě pro svou neutralitu by upadla do velmi pochybných souvislostí, do bezděčné služby zájmům v té době mocným, které nakonec rozhodují o tom, co je dobré a co je špatné.

6. Silbermann souhlasí se mnou, že jedním z úkolů sociologie umění je působit sociálně kriticky.¹ Zdá se mi však nemožné tomuto požadavku vyhovět, pokud vyloučíme z našich úvah obsah uměleckých děl a jejich kvalitu. Svoboda hodnot a sociálně kritická funkce jsou neslučitelné. Nemůžeme pak ani pronášet rozumná tvrzení o očekávaných a kritice vystavených sociálních důsledcích specifických komunikací, ani vůbec nemůžeme rozhodnout, co by se mělo šířit a co nikoli. Je-

diným kritériem se stává sociální působivost díla, což je prostě tautologie. To nutně znamená, že se sociologie umění má ve svých doporučeních řídit statem quo a má se vystříhat právě té sociální kritiky, jejíž potřebnost Silbermann nijak nepopírá. Vypracování tak zvaných „kulturních tabulek“ pro sestavování rozhlasového programu by se např. omezilo — vidím-li správně — pouze na popis platných komunikačních relací, aniž by otevřelo jakékoli možnosti kritiky. Ostatně je pochybné, zda sám pojem kultury je přístupný tomuto typu analýzy. Kultura je stav, který vylučuje pokusy o jeho měření. Měřená kultura je už něco docela jiného, je to souhrn podnětů a informací, inkompatibilních samotnému pojmu kultury. Proto zřejmě není možné eliminovat ze sociologie filosofickou dimenzi, jak to žádá Silbermann a mnozí jiní. Sociologie se vyvinula z filosofie; má-li vůbec mít nějaký obsah, potřebuje ještě i dnes onen typ reflexe a spekulace, který vyvstal ve filosofii. Konečně kvantitativní výsledky dokonce i statistických výzkumů, jak statistická věda zatím zdůrazňuje, nejsou samoučelné, ale jsou tu proto, aby z nich vyplynulo nějaké sociologické poznání. Ve smyslu Silbermannova rozlišování však toto „poznání“ spadá beze zbytku do kategorie filosofie. Pracovní vymezení disciplín jako filosofie, sociologie, psychologie a historie nespočívá v jejich předmětu, ale je vnuceno zvenčí. Věda, která je skutečně vědou, není naivně zaměřena přímo před sebe, ale spíše pěstuje myšleni sama v sobě, a nemůže tedy vzhledem k objektu respektovat nahodilou dělbou práce: i z toho se v Americe vyvozují důsledky. Postulát interdisciplinárních metod platí pro sociologii, která se v jistém smyslu namnoze vztahuje na všechny možné předměty. Jakožto společenské vědomí by měla usilovat o částečnou nápravu společenského bezpráví, které dělbou práce ve vědomí napáchala. Není náhodou, že v Německu téměř všichni dnes činní sociologové vyšli z filosofie, a to i ti, kteří jí nejhouževnatěji odporují. Právě v poslední debatě o sociologickém pozitivismu se dostala do sociologie filosofická dimenze.

7. Konečně k terminologii: co jsem v

Úvodu do sociologie hudby pojmenoval zprostředkováním (Vermittlung), není tožné s komunikací, jak se domnívá Silbermann. Pojmu zprostředkování jsem zde užil v přísně hegelovském smyslu, aniž bych v nejmenším chtěl popírat filosofickou dimenzi. Prostředkování je podle něho prostředkováním ve věci samé a ne mezi jednou věcí a těmi věcmi, s nimiž se tato věc dostane do styku. To poslední samo se však chápe jako komunikace. Jinými slovy, mám na mysli velmi specifickou otázku, která se vztahuje k plodům ducha: jakým způsobem se prosazují společenské strukturální momenty, pozice, ideologie atd. v uměleckých dílech. Bez obalu jsem zdůraznil neobyčejnou obtížnost tohoto problému a tím i problému sociologie hudby, která se nespokojí s vnějším uspořádáním, s otázkou, jaké místo má umění ve společnosti, jak v ní působí, ale která chce poznat, jak se společnost v uměleckých dílech objektivizuje. Otázka komunikace, kterou považuji — a sice jako kritickou — za stejně relevantní

jako Silbermann, se od toho velmi liší. V případě komunikace je třeba nejen přihlížet k tomu, co se nabízí a co není komunikováno; a nejen k tomu, jak dochází k recepci, což je ostatně problém kvalitativní diferenciací, o jejíž obtížnosti si dovede udělat představu jen ten, kdo se jednou vážně pokusil přesně popsat poslechové reakce. Sem patří zejména otázka, co je komunikováno. Na vysvětlenou mi budiž dovoleno připomenout mou otázku, zda je rozhlasem rozšiřovaná a do omrzení opakovaná symfonie vůbec ještě symfonií, o níž panuje představa, že má být komunikována. To pak má dalekosáhlé důsledky pro sociologii vzdělání, a sice v tom smyslu, zda masové šíření některých uměleckých děl skutečně má tu vzdělávací funkci, která se mu obvykle připisuje; zda dochází za dnešních komunikačních podmínek k tomu typu zkušeností, které umělecké vzdělání mlčky předpokládá. Spor o sociologii umění je tedy bezprostředně relevantní pro sociologii vzdělání.