

Чаплінська О.В.
канд. філос. наук, доцент
кафедри філософії ЖДУ

Природа кітч

Сучасну масову культуру важко уявити поза кітчем, а відтак він постає як її невід'ємний атрибут. Тому закономірним видається питання про природу, генезис цього феномена. Першою ґрунтовною розвідкою кітч стала праця К. Грінберга «Авангард і кітч», де дослідник пов'язує явище з фальшивим досвідом і почуттями, асоціює його з «неіснуючим». Загалом, незначну кількість досліджень, що присвячені кітчу, умовно можна поділити на дві групи.

Прихильники першої позиції вважають, що кітч є побічним продуктом мистецтва, він ховається в ньому, очікуючи моменту, щоб постійно повертається, дозволяє «вистрибнути» з мистецтва (за Т. Адорно, кітч, немов отруйна речовина, є домішкою будь-якого мистецтва). Зазначений підхід дозволяє окремі елементи естетики кітч виводити із попередніх художніх стилів: із маньєризму – екстравагантність і принциповий еkleктизм; із бароко – зовнішню химерність у поєднанні з монументальністю і помпезністю; із рококо – витонченість і легкість; із сентименталізму – надлишкову чутливість, що межує з нещирістю і "солодкуватістю"; із романтизму – навмисно перебільшену емоційність.

Для прихильників другої позиції властиве ототожнення кітч із несмаком, що підсилюється технічним прогресом і масовим виробництвом. На думку Ж. Бодрійяра, розповсюдження кітч, яке витікає з індустріального множення кількості речей, із вульгаризації на рівні предмету різних знаків, запозичених із всіх областей (минуле, нео, екзотика, фольклор, футуризм) і з невпорядкованої ескалації «готових» знаків, має свою основу, як тип «масової культури», у соціологічній реальності суспільства споживання. Тому кітч із його функцією похідної речі досягається не тільки посередництвом естетичних категорій (краса, грація, вишуканість і т.д.), але й соціологічних (статус, відмінність, статистична рентабельність та ін.).

Зауважимо, що поза будь-якими інтерпретаціями кітч, безсумнівним залишається той факт, що це явище покликане задовольняти культурні запити маргінальних соціальних структур. Він дозволяє адаптувати для пересічного споживача здобутки елітарного мистецтва, створити культурну модель, що стане доступною і зрозумілою. Не заперечною є і наскрізна ідеологічність кітч. Виробники кітч вдаються до маніпулювання масовою свідомістю, підмінюючи бажання та оптимізуючи дійсність.

В українській культурній традиції найяскравіше кітч відбувся у межах ерзац-культури соцреалізму. Наголосимо, що в радянському кітчі відбувалося подвійне маніпулювання: з одного боку, кітчмени дарували радянській людині культурний простір «безконфліктності» та настанов, що пов'язані із загальною комуністичною ідеологією, з іншого – самі потрапляли у поле маніпуляції, адже ставали «рупорами» в руках представників політичного істеблішменту. Також існує посутня різниця між радянським варіантом кітч та, наприклад, західноєвропейським: перший існував у просторі неможливості вибору (єдина ідеологічна доктрина), другий – перебував в одній системі координат з іншими мистецькими явищами, що дозволяло споживачеві обирати.

Отже, природа кітч глибоко закорінена в ідеологію. Вона уможлиблює доступ пересічного споживача в культурний простір, а також стає засобом контролювання за його свідомістю. Окрім того, елементи кітч здатні ставати частиною елітарних мистецьких явищ.