

КИЧ КАК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРЫ

Обзор

Аннотация. Предмет обзора – феномен массовой культуры – кич, его развитие в контексте современности, влияние постмодернистских тенденций на вектор развития современной культуры.

Ключевые слова: кич, культура, постмодернизм, массовая культура.

Abstract. The review concerns the phenomenon of mass culture – kitsch, its development in context of modernity, postmodern trend impact on modern culture development vector.

Keywords: culture, kitsch, post-modernism, mass culture.

Кич – одно из самых спорных явлений в культуре. Определения кича колеблются от тотального негативизма до его полного приятия. Критики с консервативными взглядами вовсе отрицают его существование. Кич не имеет ни точного определения, ни единого мнения относительно своей сути. Явление кича – более всеохватывающее, чем искусство. Это понятие представляет собой отдельную категорию, которая имеет скорее общекультурное значение, нежели какой-то узкий смысл.

Термин «кич» принято относить к мюнхенскому художественному кругу 1860–1870-х годов. Первоначально словом *sketch* в Германии назывался процесс подновления старой мебели с целью подделки ее под новую и дальнейшей выгодной продажи. В качестве этимологических истоков словари упоминают также такие понятия, как *verkitschen* – распродавать, снижать цену, продавать что-либо вместо того, что было заказано, а также *kitschten* – халтурить, сгребать грязь

и мусор в кучу. Близкий оттенок имело аналогичное слово в Англии, где *sketch* обозначал «набросок», который изготавливался с ценного объекта искусства для клиента, не имеющего достаточных средств.

В русском языке к этим значениям имитационности и низкопробности благодаря звуковой близости слов добавляется оттенок «кичливости» от слова «кичиться», не родственного термину «кич» по происхождению, но близкого по звучанию и смыслу (4).

До последнего времени в русскоязычных источниках использовалось написание «китч», корни которого – в прямой транслитерации с латиницы в кириллицу в связи с немецким заимствованием термина. В последние несколько лет тенденция к упрощению написания и приведению его в соответствие с правилами произношения в русском языке закрепила написание «кич».

В соответствии с этимологией, кич в современном употреблении, прежде всего, сохранил негативную оценку как наиболее явный смысловой пласт этого понятия (оценка присутствует во всех языках, использующих этот термин).

В советских словарях слово «кич» не встречалось до 1991 г. и единственным источником для изучения бытования этого термина в более ранний период может служить пресса, в которой он появился в 1970-е годы в основном для определения феномена «буржуазной» культуры (4).

Началом изучения проблемного поля кича в западной научной традиции можно считать философские концепции «элитарного» и «массового», появившиеся в начале XIX в. и повлиявшие на всю историю изучения этой проблематики. Они были связаны с осмыслением новой социальной и культурной ситуации в критическом ключе – с поисками новых оснований категории эстетического в природе; разработкой идеи об элитарной природе искусства Нового времени; противопоставлением «человека пользы» и «человека красоты» как двух полюсов европейской культуры; исследованием новой формации «массового человека».

Впервые в истории науки конкретно к специфическому феномену кича обратился австрийский писатель и публицист Г. Брех. Его работа «Зло в системе ценностей искусства» (1933) явилась первой и наиболее важной для понимания последующих исследований кича, поскольку в ней были поставлены основные вопросы, которые пытались решить на протяжении последующих лет другие авторы: каковы от-

ношения между кичем и «настоящим» искусством? Что такое дурной вкус? Каковы социальные и эстетические корни этого явления?

Первым американским исследователем, попытавшимся определить, что такое кич, стал Клемент Гринберг, известный своей основополагающей работой «Авангард и кич» (1939), где он, как и его европейские предшественники, противопоставляет кич и искусство (4).

К середине XX в. вновь появляются работы (Э. Морэна, А. Моля и др.), в которых исследуются проблемы кича, но уже с применением новых методологических подходов. Теперь кич рассматривается не только и не столько как область эстетического, а, скорее, как область социокультурного функционирования, обозначившая взаимосвязь социальной и культурной сфер. Этот подход определил соответствующие характеристики и особенности кича, связанные с более широким полем значений, чем «художественность» или «дурной вкус».

В противоположность эстетическому или искусствоведческому подходу, который понимал кич как оценочное качество, социологический подход считал основополагающими потребности масс.

Отечественный исследователь А. Яковлева не считает искусствоведческий подход плодотворным, поскольку никому не известна та степень «достаточности», в которой вкус уже может быть сочтен развитым. Оценки такого рода очень субъективны и зависят от вкусовых и прочих пристрастий самого судьи. Во всяком случае, объективно выработанных научных критериев развитости вкуса нет. Кроме того, вкусовая концепция кича, сводя проблематику кича к проблеме вкуса, лишает его онтологической серьезности, объявляя явление недолжным, случайным, субъективным, в то время как кич представляет собой целостное культурное образование (12).

Существование различных исследовательских позиций в понимании кича объясняется сложной системой общественно-культурных функций, которые выполняют его объекты. Он находит проекцию во всех условных гуманитарных измерениях – эстетическом, психологическом, семиотическом, экономическом, идеологическом, социокультурном. Однако различные подходы к анализу объектов кича на самом деле не противоречат друг другу, поскольку предполагают изучение различных сторон этого явления.

Большинство авторов появление кича связывают с развитием капиталистических отношений и модернизма. Модернизм на этапе становления оказался благодатной почвой для возникновения феномена

кича или «дурного вкуса». Возникновение и довольно быстрый рост популярности кича в начале XIX в. можно интерпретировать как симптом смены социокультурных потребностей и отвечающего им рыночного предложения. Все исследователи, задающиеся вопросом истоков современной ситуации разделения артефактов на две противоположные системы – искусство и кич, хороший вкус и дурной вкус, художник-новатор и масса потребителей и т.д., приходят к выводу, что корни этой поляризации лежат в периоде романтизма. В романтизме впервые появилась постановка проблемы элитарной и массовой культур (5). Именно сосуществование различных ценностных иерархий является принципиальным условием распространения кича.

В культуре модерна поляриность ценностей выразилась, в частности, в противостоянии классической и фольклорной эстетических парадигм, как в наиболее распространенном варианте – урбанистической и фольклорной субкультур, в возникновении на их стыке пограничных феноменов. Этот вариант до сих пор актуален для России, в меньшей степени актуален для Европы (в связи с тем, что европейская урбанизация имеет более давние корни и находится в стадии интенсивного, а не экстенсивного, как в России, развития) и почти совсем отсутствует в США (5).

Развитие капиталистических отношений сопровождалось усилением социальной стратификации, миграции сельского населения в города и формированием городского плебса. Источником формирования вкусов этой категории населения была фольклорная культурная среда, деревня, но она постепенно утрачивала культурную независимость от города. Всеобщая грамотность, развитие средств массовой коммуникации, приобщали сельское население к городской культуре и фактически делали культуру деревни подражательной по отношению к городской. Новое городское население тянулось к новым для него формам городской культуры, прежде ему недоступной, безоговорочно принимая то, что предлагал город, но, попав в новую среду, не в состоянии сразу освоиться, мигранты видели признаки городской культуры в вещах невысокого вкуса. Не последнюю роль играли и цены на предметы культуры. Неквалифицированные рабочие, поденщики могли удовлетворять свою тягу к прекрасному только теми вещами, которые были доступны им по цене – в основном рыночной кустарной продукцией, откровенными вульгарными подделками с

претензией на искусство. Таким образом, как симбиоз городской и фольклорной культур рождалось новое культурное образование – кич.

Еще в 30-е годы прошлого века американский социолог Э. Стоунквист заметил формирование неких «культурных гибридов», объективно оказывающихся в ситуации периферийности в результате перехода из одной культурной зоны в другую, которые характеризуются их вторичностью по отношению к обеим культурам (7) и связываются с таким феноменом, как маргинальность. В данном случае маргинальность означает изоляцию человека от его естественного окружения и помещение его в новую среду. Этот феномен многие исследователи считают одним из основополагающих свойств кича.

Миграция и социальная стратификация ускорили и процессы аккультурации, связанные со стремлением некоторых слоев населения, добивавшихся более высокого статуса, продемонстрировать этот статус заменой подлинного произведения искусства на ее эрзац.

Суть этих процессов заключается в том, что общество, получая от элитарного искусства произведения в качестве образца, затем изготавливает из них репродукции в качестве эрзаца, разлагая оригинальное произведение искусства на отдельные элементы. Затем эти элементы начинают циркулировать в определенном эстетическом микромире до тех пор, пока умельцы не скомбинируют из них новые формы, не сделают из него элемент кича (например, обои для ванных комнат с изображением Моны Лизы) (6).

То есть кич не был бы возможен без доступности к зрелой культурной традиции, открытиями и обретениями которой он пользуется в собственных целях. Однако кич заимствует у элитарного искусства лишь те художественные артефакты и традиции, которые уже доказали свою эффективность для публики (10). Здесь действуют вполне объективные закономерности, которые определяют основные принципы репродуцирования кича. Главное – кич всегда нацелен на поиск оптимального решения по удовлетворению невзыскательного художественного вкуса потребителя. Он является точным выражением общего мироощущения гармонии, которую так любит «простой человек», поскольку видит в ней выражение красоты и установленного порядка вещей. Кич отражает тот спектр чувств, который вполне привычен, не выходит за рамки повседневности, исключает крайние формы их проявления.

Кич всегда манипулирует уже готовыми формами, понимая их как клише. В этом смысле кич гораздо ближе к ремеслу, чем к искусству. Именно ремесло строилось на повторении уже существующих форм и достижении совершенного владения техникой исполнения, тогда как искусство развивается по принципу улучшения качества и углубления смысла (1).

Истинное искусство всегда требует включенности в осмысление художественного произведения, тогда как кич можно считать простым потреблением художественного продукта. Высокая культура – одно из наиболее неестественных порождений человека, и вряд ли малообразованный крестьянин обнаружит в себе «естественное» настоятельное влечение, которое, вопреки всем трудностям, притягивало бы его, например к Пикассо (2).

В то же время, чтобы воспользоваться дарами кича и получить соответствующие переживания, людям не нужно напрягать собственный интеллект и эстетическое чувство.

Это объясняет тяготение кича к натурализму (в изобразительном искусстве), которому свойственно преодоление так называемой «семиотики обмана», присущей художественной культуре в целом, что более приближает к реальности в ее изображении. Сила воздействия художественного образа не всегда зависит от натуралистичности изображения. Визуализация лишь внешнего без осмысления его причинности составляет основу кича, базирующегося на принципе натуралистичности. Но в отличие от искусства реализма миметизм кича более тяготеет к «красивости» (9).

Малообразованному крестьянину гораздо легче воспринимать картину, написанную в реалистической манере, поскольку он видит и узнает предметную среду так, как он узнает и видит ее за пределами живописного изображения. Разрыв между искусством и жизнью исчезает, как исчезает и необходимость принимать условность (2). Смотреть на картины малообразованного человека побуждают те же инстинкты, что побуждают смотреть живопись и культурного зрителя. «Но конечные ценности, которые обнаруживает, например, в картинах Пикассо развитый в культурном отношении зритель, обретаются во втором отдалении, в результате размышления над впечатлениями, непосредственно остающимися от художественных форм. Только тогда он приобщается к узнаваемому и вызывающему сопереживание. Эти свойства не явлены в живописи Пикассо непосредственно или

наглядно, но зритель, достаточно чувствительный к чисто художественным ценностям, должен спроецировать эти свойства на произведения Пикассо. Свойства эти относятся к «рефлексивному» эффекту» (2). В реалистических произведениях рефлексивный эффект уже включен в произведения и пригоден для лишённой рефлексии зрителя.

Именно поэтому так не случайна в киче историческая тематика: раз изображается какая-либо известная, например, историческая личность, значит, это «настоящее искусство», «художественная правда». Поэтому неслучаен в киче и портрет (13).

Если для элитарного искусства характерна высокая степень абстрактности и обязательная осознанность, концептуальность и в этом смысле – большая искусственность, вымышленность, то в киче сравнительно мало внебытовых, «искусственного» происхождения символов, которые в основном перешли из профессионального искусства и не являются собственно кичевым изобретением.

В киче степень художественности судят по законам жизни, но жизни не реальной, а идеальной, мечтаемой. Поэтому портрет должен быть «похожим» на оригинал, но красивее его; пейзаж должен быть достоверным, но, несмотря ни на что, приятным (13).

Такая натурально-идеальная ориентированность кича порождает тематическую выборку из наиболее общих, узловых моментов жизненного цикла: рождение, любовь, брак, смерть и трактовку их в приподнято возвышенном ключе.

Таким образом вырисовываются две главные изначальные особенности кича – его неподлинность, поддельность и его безвкусица.

Для «сублимации чувства на неподлинном» именно произведения плохого вкуса оказываются наиболее подходящими, отвечающими этой потребности, поскольку плохой вкус связан с тривиальностью мышления и чувствования. Он не в состоянии оторваться от общих мест, от штампов. Но как раз заштампованное содержание, дабы не пройти незамеченным, должно быть подано особенно броско, с нажимом, крикливо, ничуть не считаясь с «чувством соразмерности и сообразности» (3).

Все эпигонские течения, все «псевдо» отличались от своего первоисточника муслированием его свойств с утратой чувства меры. Псевдоготическая архитектура более причудлива, чем настоящая готика; подражания и подделки под Ван Гога ярче по цвету, чем полотно самого Ван Гога и др. Кич доводит эту эпигонскую тенденцию до

максимума. Он дает потребителю требуемое, не только не опасаясь переборщить, но намеренно перебарщивая (3).

Явления дурновкусия в культуре можно наблюдать на протяжении практически всей истории человечества, в художественных стилях различных эпох – в античном мире, Средневековье, Ренессансе, Новом времени параллельно с художественной культурой высокого уровня, которая служила в качестве своеобразного эталона для разного рода творчества (10).

Примеры тому: эклектичный Древний Рим, доведший архитектуру до практически барочной экзальтации; подражание итальянских маньеристов стилю Рафаэля в XVI в.; перерождение классических норм и принципов в академизме XIX в.; избыточная чувственность и паразитирование позднего романтизма середины XIX в. на классических формах и символах (1).

Но если эти вторичные, с ослабленной творческой потенцией, явления и возникали, то качественного, принципиального разрыва между ними и высоким искусством не было. Вплоть до эпохи развитого капитализма существовавшие внутри общества традиционные культуры – ученая и народная – были четко разграничены по месту, времени и действию. При наличии некоторых переходных форм ни та, ни другая никогда не претендовали на чужое место. Образуя единство, они тем не менее представляли собой противоположности. Настоящий кич адресован массовому потребителю (13).

Изначально кич – скорее, поведенческий тип. Первоначальный кич есть сублимационная форма утверждения жизненной позиции индивида как гаранта собственного существования (9). И только в период резкого роста удельного веса массовой культуры кич превращается в маркер новой социокультурной ситуации.

В отличие от прежних обществ с их кастовой обособленностью культур капитализм породил великое культурное смешение, нарастающую демократизацию культуры, использование средств различных культур в одном контексте. Равенство возможностей стало отправной точкой для феномена массовости, который унифицировал общество, сознание, культуру. Вместе с тем свобода осуществления художественно-эстетических потребностей, при слабой эстетической культуре масс явились причиной распространения кича (9).

Примерно после Первой мировой войны актуальность кича становится неоспоримой. Кич оказывается удобной формой новых арте-

фактов, он предоставляет технологии популярности, свой опыт программирования зрительских реакций (5).

Производство кича ставится на поток, становится конвейерным, поточным: расчетливая эксплуатация вкусов «среднего большинства» оказалась источником огромных доходов, предметом большого бизнеса. Как нельзя успешнее этому способствовало развитие средств массовой коммуникации; внесли свой вклад кинематограф, международный туризм со специальной отраслью сувенирной промышленности, популярная литература с ее колоссально возросшими тиражами.

Реклама, на каждом шагу преследующая потребителя, сама по себе представляет кич. Уже по своей природе она сопряжена с фальсификацией, поскольку ее назначение – навязать человеку ненужные ему избыточные товары. Для этого реклама должна громко заявлять о себе, играя на престижных, стадных, сексуальных, сентиментальных и т.д. склонностях, что не оставляет места для хорошего вкуса (3).

Навязчивость рекламы раздражает, однако суггестивно действует на психику. В осознанном же восприятии рекламных китч-художеств у широкого потребителя, скорее, преобладает равнодушие или раздражение. Были случаи, когда пошлая реклама даже понижала спрос.

Несомненным лидером кича являются США. Начиная с середины 1950-х годов кич становится стилевой основой большей части художественной продукции этой страны. К концу столетия (середина 1980-х – 2000-е годы) под влияние западного кича подпала и Россия.

Однако сознанием людей, пусть самых «средних», нельзя манипулировать до бесконечности: наступает предел насыщения. Отрицательные реакции как массового потребителя, так и представителей элитарного искусства на кич находят выражение в процессах, происходящих внутри массовой культуры.

За предшествующий период культурфилософского осмысления кризисных тенденций утвердилась мысль о том, что в XX в. западная культура движется по пути саморазрушения. Постмодернизм, зародившийся в США в конце 1950-х годов, явился естественным общекультурным ответом на кризис позитивистского мировоззрения модернизма, на ограниченность рационалистической картины мира. Он подвергает сомнению веру в науку и технику, реабилитирует культурные модели, которым ранее отводился статус «низших», «примитивных», «архаичных». В постмодернизме происходит «освобождение от прогресса», от установки на восходящую линию общественно-

го и культурного развития, должно осуществить власть над природными и социальными процессами, установить порядок и рациональность человеческой деятельности.

Постмодерн отменяет абсолютную шкалу оценок и глобальные категории, на которых строилась эстетика прошлых эпох. За счет отмены «высокого» исчезло и «низкое», исчезла сама полярность, позволяющая противопоставлять «настоящее», «аутентичное», «одухотворенное» и «фальшивое», «имитационное», «низменное» (5). Отделить массовое искусство от элитарного уже не представляется возможным.

Неприятие устоявшегося к тому времени деления искусства на элитарное и массовое и выдвижение идеи их взаимопроникновения – главная концепция постмодернизма.

Процесс уничтожения границ между «массовым» и «элитарным», «искусством», начавшийся в 1950-х годах, был двусторонним. С одной стороны, происходит «окичивание» художественных произведений, с другой – использование авангардной культурой приемов кича.

Успешнее всего происходит «окичивание» тех художественных течений, чьи стилевые методы в наибольшей степени поддаются формализации, где формы легче отслаиваются от содержания. В этом случае проще всего оформить тривиальное содержание. Произведения Обри Бердслея никак нельзя назвать кичем, однако они довольно скоро породили лавину безвкусных вариаций, что бросает определенный обратный отсвет и на творчество Бердслея. В противоположность этому, нелегко «окичиванию» поддавался, например, Врубель. Хотя имели место прямые подражания, подделки, но не удешевленные массовые вариации, поскольку формы Врубеля органически вырастали из внутренней глубины и не могли быть от нее оторваны (3).

Кичем не могут стать произведения искусства, адекватные глубинным структурам бессознательного, несущим тяжелую отрицательную эмоциональную нагрузку; их овеществление в предметной форме почти непереносимо для сознания.

Не превращается в кич и беспредметное искусство, что связано с особенностями массового сознания: его вещностью, натурально-идеальной ориентированностью. Неудачное абстракционистское полотно – не кич, равно как и неудачная симфония. Кич включает в себя обязательную потенциальную возможность отождествления человека

и образа, своей биографии и жизни мечтаемой. Поэтому только предметное искусство способно превращаться в кич (13).

Некоторые графические формулы и цветовые сочетания, которые еще вчера были исключительным достоянием культурной элиты, просачиваются в настоящее время в визуальный обиход масс. Человек с улицы очень часто вступает в контакт с модернистскими произведениями искусства через посредство рекламных афиш, киноафиш и телевидение (3).

Примеры встречного движения можно наблюдать уже с начала XX в., когда авангардное искусство использовало средства кича для эпатажа публики. Так, художники «Бубнового валета» использовали площадной лубок, росписи подносов, игрушек и др., чтобы привлечь внимание на необходимость смены художественных форм, обновления языка, очищения его от штампов и академических шаблонов. Средства кич-иронии использовали дадаисты, сюрреалисты, мастера поп-арта, оп-арта, дизайна (6).

Различие низкого и высокого перестает определять кич с тех пор, когда художники 1950-х годов стали использовать образы поп-культуры. Первыми, кто узаконил кич в качестве стилизованного приема, были поп-артовцы – Р. Раушенберг, Д. Розенквист, Р. Лихтенштейн, Э. Уорхол, К. Ольденбург.

Поп-арт возник как течение авангардное, не принадлежащее к массовой культуре, как реакция отрицания на абстрактный экспрессионизм. Но поп-арт и кич объединили черты, составляющие концептуальное зерно этих явлений в искусстве: заимствование уже готовых признанных образцов, являющихся символом хорошего стиля; их компоновка в одном пространстве наряду с объектами современной массовой культуры – комиксами, рекламой, образами СМИ, телевидением и др.; массовость, достигаемая узнаваемостью, банальностью объектов; коммерческий интерес (1).

У поп-арта много общего с кичем не только по формам и темам, но и по существу. Ведь и кич «остаётся на поверхности, избегая глубин человеческого сознания», предлагая стереотипные ответы на все случаи. По всем статьям поп-культура явила собой отрасль кич-культуры, получившей прививку «авангардного» нигилизма (3).

Приемы кича намеренно эксплуатируются современными художниками, каждый из которых выбирает свой набор компонентов кича.

Апроприация элементов кича в художественной практике оказалась очень успешной стратегией, принесла славу и материальное благополучие ряду представителей современного искусства. Например, работы современного американского художника Джеффа Кунса, «короля кича», в которых он явно подстраивается под вкусы потребителя и шокирует именно банальностью и вульгарностью, входят в число самых дорогих произведений современных художников.

Одним из излюбленных приемов современных художников является простое перемещение устоявшихся в массовом сознании клише в выставочное пространство или применение к ним иного масштаба, что наделяет их новым смыслом. К продвижению таких артефактов современного искусства подключаются механизмы массовой культуры, благодаря которой значительно расширяется зрительская аудитория, ведь кичевое по своей форме произведение воспринимается без каких-либо интеллектуальных усилий со стороны реципиента (6).

Кич в элитарной культуре может проявляться в виде имитации ее высоких образцов путем вычленения комплекса наиболее привлекательных элементов с использованием всех кичевых приемов и правил. В результате рождается предмет или среда, где легко прочтываются уже известные объекты или приемы, однако поданные в непривычном контексте. Именно наличие этого контекста, не соответствующего ситуации, рождает тот шок, на который нацелен постмодернизм.

Здесь проявляется свойственная кичу маргинальность, определяющая некую долю инновационности, креативности этого способа, который, пусть и в репродуцированном, фрагментарном виде, способствует приобщению к образцам высокого искусства (8). Однако искусственная, порой откровенно надуманная манипуляция с художественным объектом неизбежно приводит к смысловому искажению элементов экспрессивного ряда, нарушению композиционной целостности авторского замысла.

Маргинальная культура захлестнула страницы журналов, газет, проникла в телепередачи, эстрадные шоу. Распространяясь с невероятной скоростью, она пытается убедить общество в собственной самоценности и абсолютности (10).

В последнее время наблюдается тенденция проникновения подобной тактики кича в сферу режиссуры. Так, оперные и театральные постановки подвергаются модернизации с помощью перемещения

сюжетной линии в несвойственные ей временные границы с чуждыми декорациями либо полным отсутствием последних.

Такова история постановок «Гамлета» в конце XX в., которая включает и классическое творение Питера Брука, и «Гамлет» Э. Някрощюса, и историю у гроба Т. Остермайера, и гротескнейшую историю Коляда-театра, и современную постановку Г. Дорана (1).

Этот прием перекодировки характерен и для постмодернистской живописи, ее различных направлений – метафизического, повествовательного, аллегорического, реалистического, сентименталистского (11).

Причины подобных действий связаны с такой особенностью массовой культуры, и, в частности, кича, как предельная эксплуатация темы в коммерческом плане. Многократное использование хотя бы и ярких по выразительности художественных произведений со временем вызывает естественное отчуждение, которое компенсируется за счет применения привлекательных способов, вновь повышающих заинтересованность потребителя. К ним, в основном, относятся многие методы кичевой репродукции – нарочитая драматизация в русле развлекательности, эклектичность, ретроспективность в контексте современности и др. (10). Примеры того, как антихудожественные предметы могут войти, в качестве элемента, в художественный ансамбль, приводит исследователь кича в дизайне Джило Дорфлес. Важно, отмечает он, изменить контекст. Совершить некую транспонировку. Когда транспонировка происходит в кич-направлении, то и выдающиеся произведения искусства становятся антихудожественными. Примеры этого многочисленны – готический собор, превращенный в настольную шкатулку, скульптурная группа Родена «Поцелуй», имитированная живыми людьми и затем сфотографированная (так называемый «живой Роден»), музыкальная классика, аранжированная в духе поп-музыки, экранизации, опошляющие оригинал, и пр. Но бывает, что и низменные произведения меняют свою природу. Если проанализировать в деталях архитектуру общего силуэта Нью-Йорка, можно убедиться, какой кич представляют собой нью-йоркские небоскребы в вавилонском стиле, статуи и декоративные мотивы. Дорфлес ссылается также на композиции Раушенберга и Джаспера Джонса, составленные из предметов пошлых и заурядных, но в целом производящих совершенно иное впечатление.

В связи с этим можно вспомнить о коллажах Пикассо и Брака, о «скульптурах» Пикассо, включающих в себя манекены «бель эпок», опыты «бубнововалетцев», использовавших эстетику малярных вывесок, обоев с цветочками, семейных портретов и прочего кича, излюбленного в мещанской среде (3). Все зависит от характера целого, от высоты или низменности общей эстетической доминанты, а не в использовании каких-то отдельных приемов.

В литературе примером такого рода творчества может служить произведение итальянского философа и писателя, специалиста по средневековой эстетике и семиотике Умберто Эко «Имя розы», написанное в провокационном для высокой культуры жанре детектива. Автор попытался удовлетворить чаяния всех без исключения реципиентов – от школьников и домохозяек до профессоров философии и богословов. Тот факт, что книга продержалась в списке бестселлеров больше десятилетия, говорит о том, что ему это удалось.

Фабульность, занимательность подобных сюжетов литературных произведений свидетельствовали о попытке сближения искусства и повседневной жизни путем создания своего рода «общей эстетики», примиряющей классику, авангард и масскульт, интеллектуализм и гедонизм на уровне обыденного сознания.

Возросший интерес к кичу со стороны художников и интеллектуалов некоторые исследователи рассматривают как бунт против бездуховной массовой культуры. «Диффузия» авангардистских и массовых форм культуры объясняется не только тем, что авангардисты не могут устоять перед коммерческим соблазном и начинают суетно угождать массовым вкусам. Скорее всего, имеет значение и то обстоятельство, что «художнику – если он художник – попросту душно становится в «башне из слоновой кости». Он больше не может спокойно заниматься «имитацией имитирующего» и ищет контактов с широкой аудиторией (3).

Многие прогрессивные представители западной элиты надежды на оздоровление культурного климата связывают не с элитарными заповедниками, а все с тем же популярным искусством, которое доступно большинству людей. Современная культура должна иметь дело с реалиями современности, с наличествующим материалом, который она должна переработать и возвысить. Например, нельзя просто отречься от телевидения по причине его вульгарности, но можно извлечь из него новые позитивные возможности (3). Ведь кроме нега-

тивных черт этот «псевдо», «эрзац» искусства обладает и позитивными качествами, объясняющими причины устойчивой востребованности кичевой эстетики массовым сознанием.

Связано это, считает А. Поляков, во-первых, с биологической особенностью природы человека, всегда стремящейся к благоприятным условиям существования, к успокоению и пассивному созерцанию. Второй причиной можно назвать чрезмерную дифференцированность самого художественного пространства, представляющего собой совокупность стилей, жанров, направлений, для постижения которых требуется определенная доля профессионализма либо достаточная степень осведомленности. И в-третьих – это отчуждение общества, особенно молодежи, от элитарных образцов художественной культуры с помощью навязывания ложных истин, ориентирования общественного сознания на сравнительно низкий уровень культурных запросов и образцов для подражания (8).

Как причину востребованности кича можно считать соответствие его духовного потенциала с общечеловеческими ценностями. Пусть и в знаковой форме, он сохраняет эти ценности, ориентируясь на простые формы нравственности: любви к Родине, семье, детям. Кич – общечеловеческая составляющая массовой культуры, противоположная апологетике насилия и жестокости (12, с. 9–10, 15–17).

Кичевое сознание – это такая картина мира, из которой, по выражению М. Кундеры, исключено наличие всякого рода негативности. Поэтому эстетика кича, построенная на принципе «красивости», любой ценой даже в знаковом эквиваленте, красноречиво свидетельствует о его духовно-нравственной позитивности (8).

Кроме того, кич, хотя и в репродуцированном, фрагментарном виде способствует приобщению к образцам высокого искусства, и даже посредством производства копии воспитывает толерантность в вопросах оценки художественной культуры любого уровня (8).

Таким образом, ценностные основания кича заключаются не только в его способности «продлевать жизнь» шедеврам классики, но и создавать позитивную модель мировосприятия посредством собственных культурных образов.

Список литературы

1. *Варакина Г.В.* Китч как норма современной культуры. – Режим доступа: http://culturolog.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=2464&Itemid=7
2. *Гринберг К.* Авангард и китч. – Режим доступа: <http://www.photographer.ru/cult/theory/3000.htm>
3. *Дмитриева Н.А.* Китч [33] // *Дмитриева Н.А.* В поисках гармонии. Искусствоведческие работы. – Режим доступа: <https://design.wikireading.ru/53>
4. *Конрадова Н.А.* Историческая динамика феномена кича и его восприятия. – Режим доступа: <http://www.jourclub.ru/22/1402/4/>
5. *Конрадова Н.А.* Культурный интертекст кича. – Режим доступа: <http://www.jourclub.ru/22/1400/>
6. *Мусянкova Н.* Китч в изобразительном искусстве последней четверти XX века. – Режим доступа: http://sias.ru/upload/2012_3-4_564-591-musankova.pdf
7. *Несмеянова О.* Китч как стиль масскультуры. – Режим доступа: <http://klauzura.ru/2012/05/olga-nesmeyanova-kitch-kak-stil-masskultury/>
8. *Поляков А.Ф.* Духовно-нравственный потенциал китча в контексте современности. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/duhovno-nravstvennyy-potentsial-kitcha-v-kontekste-sovremennosti>
9. *Поляков А.Ф.* Китч как феномен художественной культуры. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/kitch-kak-fenomen-hudozhestvennoy-kultury-1>
10. *Поляков А.Ф.* Трансформация китча во времени и пространстве. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-kitcha-vo-vremeni-i-prostranstve>
11. *Рязанцева Л.В.* Культура XX века – от модерна к постмодерну. – Режим доступа: <http://www.jourclub.ru/22/291/10/>
12. *Яковлева А.М.* Китч, или Немного о дурном вкусе // *Искусство.* – 2001. – № 8. – С. 9–10, 15–17.
13. *Яковлева А.М.* Китч и художественная культура. – Режим доступа: <http://es-dejavu.ru/k/Kitsch-3.html>

Т.А. Фетисова