

Ratko Božović
Beograd

STRANPUTICE KIČA

THE SIDEWAYS OF THE KITSCH

ABSTRACT: The article speaks about kitsch, its definition, its origin, development and its characteristics from the point of view of different theorists of kitsch. It is emphasized that kitsch is not phenomenon that is concerned merely with art exhibiting in the various forms and spheres of the social life. It is not easy, all along, to distinguish the kitsch from the art, and its existence and persistence are due to the „kitsch-man“. The specific „kitsch-man“ style of living is specially described, as well as its social and psychological features. Disagreement and discrepancy of kitsch and art is to be found in the realm of aesthetical and ethical, meaning that the reaction to the kitsch is supposed to be considerable and it must not display any excessive passions, moralizing and excess, which are the attributes of the kitsch-existence. It is naive to expect that the expansion of the kitsch could be stopped in the world in which survive is dominated, namely in the world that did not constitute its purpose and its value scale.

Key words: kitsch, shoddy, „kitsch-men“, art, petite-bourgeois, ethic, aesthetic.

APSTRAKT: Tekst govori o kiču, njegovom definisanju, nastanku, razvoju i karakteristikama sa stanovišta različitih teoretičara kiča. Naglašava se da kič nije pojava koja se odnosi samo na umjetnost, te da se ispoljava u različitim oblicima i sferama društvenog života. Kič nije uvijek lako razlikovati od umjetnosti, a svoje postojanje i trajanje duguje „kič-čovjeku“. Posebno se opisuje način života savremenog „kič-čovjeka“, kao i njegove društvene i psihološke osobine. Sukob i oprečnost kiča i umjetnosti nalaze se u domenu estetskog i etičkog, pa reakcija na kič mora da bude odmjerena i ne smije ispoljavati pretjerane strasti, moralizatorstvo i neumjerenost, što su obilježja kič-egzistencije. Naivno je očekivati da se ekspanzija kiča zaustavi u svijetu u kojem dominira preživljavanje i koji nije konstituisao svoj temeljni smisao i svoju ljestvicu vrijednosti.

Ključne riječi: kič, šund, „kič-čovjek“, umjetnost, malogradanin, etika, estetika.

Etimologija pojma kič je višeznačna, pa se zato može protumačiti na više načina. Kič se često vezuje za engleski izraz *sketch* (skica, nacrt, nedovršenost) ili njemački glagol *etwas verkitschen*, što znači krišom podmetnuti ili prodavati nešto jeftino. Ova riječ u sadašnjem značenju javila se u Minhenu oko 1860. godine, a odnosila se na skice vrijednih umetničkih djela koje su anglo-američki turisti kupovali od njemačkih uličnih umjetnika. Pominje se i *kitschen* što je trebalo da označi gomilanje blata sa ulice ili nov nameštaj prepraviti tako da izgleda kao star. U Konverzacijskom leksikonu *Knaur* kič se objašnjava kao prividno umjetnička forma, koja zamjenjuje nedostatak snage oblikovanja sadržajnim nadraživanjem mašte (erotskim, političkim, religioznim, sentimentalnim). Često se miješaju pojmovi kič i šund. Kič koji se odnosi na literaturu, u stvari je šund. I kao što se jedan od semantičkih korijena kiča vezuje za njemačko podneblje, tako je i sa terminom šund, koji je nastao od njemačke

riječi *schund*, što znači đubre, otpad, trice, prnje, bezvrijedno djelo. Pri upotrebi sintagme šund literatura obično se misli na vestern, ljubavne, kriminalne i džepne romane, novokomponovane pjesme, banalizovane naučne teorije, trač – partije u magazinima, revijama i časopisima. U novije vrijeme čak i u relevantnim teorijskim studijama izjednačva se smisao kiča i šunda.

I pored toga što se smatra da je kič vječan, stalno prisutan u čovjekovom stvaralaštvu, on, ipak, ima svoja razdoblja cvjetanja, vezana za društveno stanje izobilja. Prema mišljenju teoretičara, kič je proizvod industrijske revolucije, koja je u Zapadnoj Evropi i Americi urbanim masama obezbijedila opštu pismenost i obrazovanje. Seljaci, koji su naselili gradove, u kojima su naučili da čitaju i pišu. Proleterijat i sitna buržoazija, kao novi društveni sloj, nijesu imali dovoljno slobodnog vremena da se posvete tradicionalnoj gradskoj kulturi, tražili su nove kulturne vrijednosti. Oni su vršili pritisak na društvenu zajednicu da im obezbijedi takvu vrstu kulture, koja bi bila u stanju da zadovolji njihove novonastale potrebe. Društvo je reagovalo na taj način što je stvorilo novu vrstu robe, kič, zamjenu za dotadašnje kulturne vrijednosti. Klement Grinberg (*Avante-garde and Kitsch*) pokazuje kako je kič našao oslonac u pridošlicama. Kao populaciji nedovoljno kultivisanoj, kič im je dobrodošao. Grinberg je smatrao da je i akademizam kič, ali samo za „više“ slojeve. A Dvajt Makdonald (*A Theory of Mass Culture*) je obrazložio razliku između narodne umjetnosti i kiča. Pokazao je kako narodna umjetnost nastaje u punoj slobodi i spontanosti odozdo, dok je kič nametnut odozgo kao svi vidovi roba i pasivne potrošnje. Kič je nastao kao „odgovor“ na pojačanu kulturnu potražnju obezličnog svakodnevlja. Tako su se na tržištu našli ne samo prozaični predmeti svakodnevnog života nego i umjetnička dela, odnosno njihovi surrogati.

Ono u čemu su svi relevantniji istraživači saglasni jeste mišljenje da kič nije pojava koja je vezana samo za umjetnost već da se manifestuje u svim oblastima ljudskog života, u najšire shvaćenom čovjekovom svijetu. Broh (*Dichten und Erkennen*) je obrazložio da svi periodi u kojima opadaju vrijednosti jesu kič–periodi. Kič seže u daljine istorije s tim što je bio pretežno povezan sa umjetnošću. To je i razlog što se često u vezi sa kičom, u istorijskom nizu, pominje aleksandrijska umjetnost, rimska arhitektura, pozni periodi renesanse i evropski pseudoklasicizam. To svakako ne protivreči Brohovom zapažanju da se kič rasprostire od mode do politike. Teško je naći radikalniji stav u negaciji kiča od njegovog uvjerenja da kič stvara „*rdav čovjek, etički otpadnik, zlikovac* koji služi radikalnom zlu“. Štaviše, on će čovjeka koji tvori kič nazvati svinjom, a kič koji se nađe u umjetnosti, označiće kao „zlo po sebi“. I pored toga, što je obrazložio ideju da je kič „*unutrašnji neprijatelj umjetnosti*“ i da je neizbježno prisustvo kiča u svakoj umjetnosti ne bi trebalo previdjeti ni njegovu ideju o postojanju ne samo lošeg i dobrog već i genijalnog kiča. To je značilo da postoji trivijalni, vulgarni i prizemni kič, ali i kič koji se može pronaći u stvaralaštvu koje seže do visokih vrijednosti i koje poseduje nesporn rafinman. Brohova ideja o „*kapi kiča*“ u svakoj umjetnosti ne govori samo o sveprisutnom kiču nego i veoma komplikovanim i neodređenim vezama između

kiča i stvaralaštva. Nije, međutim, nimalo jednostavno odrediti granice između kiča i umjetnosti, pa čak i onda kad se kič pojavljuje kao surogat umjetnosti, njena imitacija ili umjetnički stereotip. Komplikovanosti tih odnosa doprinosi i to što se danas pojam estetskog proširio do neslućenih granica, tako da su se i trivijalni predmeti pojavili kao „estetski objekti“, kao avangardna umjetnost. I kad je u kiču prisutno zanatsko i formalno majstorstvo, to još uvijek nije isto što i stvaralačka genijalnost i trijumf talenta. Svakako, prihvatljivije je njegovo uvjerenje da nema kiča, u najširem smislu, ako nema „kič-čovjeka“, koji ne samo da prihvata kič već ga obožava i voli. I ma koliko da se radi o laži, ona mu je neophodna kao uljepšavajuće ogledalo, kao ogledalo samoprevare. Može se steći utisak da je kič atribut spoljašnjeg svijeta i da se prevashodno nalazi spolja, u realnosti svakodnevlja. U stvari, kič je našao prvotno utočište u Brohovom „kičliji“, čovjeku koji je opsesivno vezan za kič, a podsticaj za prihvatanje spornih vrijednosti nalazi u sebi samom. Gotovo bi se moglo reći da kičisti nije ni potreban kič-objekat, jer on od sebe, sopstvenim životnim sadržajima i vlastitom percepcijom, gradi kič-objekat. Njegove želje i njegova opažanja, njegovo svjesno i njegovo nesvjesno, njegovo spoljašnje i njegovo unutrašnje iskustvo u koegzistenciji su sa svijetom kiča. Zato je i prihvatljivo Brohovo mišljenje da se kič ne bi ni „pojavi“ niti „održao“ da se nije pojavio kičlija, koji je njegov „producent“ i njegov „konzument“. Polazeći od pretpostavke da je kič-laž, Broh će zaključiti da je za njegovo prihvatanje isključivi krivac kičlija, onaj koji stvara i onaj prihvata kič. Na relaciji kičista i njegov svijet, odnosno svijet, koji on „bira“ ili svijet koji ga bira – pokazuje se kao povezanost između dvije vrste „slika“, onih koje stižu iz spoljne realnosti i onih koje se proizvode iz totaliteta unutrašnjeg, slika koje su nastale na tlu ljudske psihologije. Homologija koja se uspostavlja između posmatrača i posmatranog, subjekta i objekta, najčešće je bez pukotina, bez kontradikcija. To je utoliko dramatičnije što je Broh kič prepoznao kao „radikalno zlo“, što će reći da kič iznevjerava ne samo estetičke kategorije već i etičke principe. Pošto je Broh kič smatrao „reprezentom zla“, onda se moglo i očekivati da kičera vidi kao otpadnika i zlotvora.

Ludvig Gic (*Fenomenologija kiča*) dokazuje da je kič postao obilježje ljudskog postojanja. U sociološkom smislu, kič proizilazi iz obezličnog i osiromašenog života masa. U etičkom poretku, neposredno je povezan sa destruktivnim stranama ljudske prirode, sa zlom. A u religijskom pogledu, ova pošast ne može zaobići čovjekov grehoviti život. U kiču je umnogome izgubljena mjera u odnosu na stvarnost i u odnosu na stvaralaštvo. Zato u njemu i preovlađuju lažnost osjećanja, konvencionalnost, epigonstvo i manirizam. Posebno mjesto u Gicovoj studiji zauzima sintagma – *aura uosjećanja*. Šta se iza nje krije? Spornost doživljaja kič-ljudi, njihovo uživanje, naslada i stvaranje vještačkih, „indukovanih raspoloženja“. Ta „aura“ tiče se i Gicovog određenja svojstava kiča kao što su penetrantnost, ljepljivost, sentimentalnost, egzotičnost, bolećivost, prezasićenost raspoloženja, pseudo-vrijednosti i pseudo-ideali. Pseudo-vrijednosti, kičersko uživanje, nagomilavanje kič-predmeta i mnoštvo ukrasa ne

otkrivaju samo odsustvo estetske mjere već život „u znaku kiča“. Pojam – sintagma *aura uosjećanja* pomaže da se lakše spozna da je kič vezan za loš ukus i da je prilagođen dražima primitivnije osjećajnosti. Ludvig Gic pokazuje kako se širi *aura uosjećanja* i kad „proizvodi raspoloženja“ i kad se objekti oblikuju „podatnom dostupnošću“. Pored naslađivačkog uživanja, Gic „uvodi“ i pojam *ukusa*, pojam koji je teško odrediti i zbog toga što ne postoje pouzdani i egzaktni kriterijumi njegovog vrednovanja. Teškoće u vrednovanju kiča nastaju i zbog čovjeka kao vrijednosnog subjekta, koji se nije pokazao kao pouzdan ocjenjivač vrijednosti i nevrijednosti; nije pokazao nadmoć u biranju svojih najboljih mogućnosti u domenu stvaralaštva i u selekciji vrijednosti. Ipak, trebalo bi znati da estetsko uživanje i uživanje u kiču podrazumijevaju dva različita načina iskazivanja vrijednosnog stava. Kič–subjekat uživa u svom uživanju kao u objektu. U pitanju je samouživanje. Svojevremeno je ovakvu situaciju Bela Hamvaš (*VII simfonija i metafizika muzike*) na ovaj način obrazložio: „Fušer slika ili piše, ili pjeva da bi sam uživao, to mu je važno u slikanju, pisanju, pjevanju. On sam sebe pretvara u publiku, u jednom licu je i pisac i slušalac, istovremeno je i iznutra i posmatra spolja. Zato je fušerski rad bezobrazluk, a pored toga što je diletantska umjetnost takva kao autoerotika, djelo nije radost nikome drugome, samo onome koji ga je stvorio“. I u umjetničkim djelima, „kič–subjekat“ uživaće na kič–način. Nema tog remek dela, u kome skloni kiču, na ovaj način, neće naći duševnu hranu, jeftinu intrigu, zagonetni zaplet i nezaobilazni sentimentalizam. Već je zapaženo, da u Šekspirovim tragedijama i romanima Dostojevskog kičeri nalaze prevashodno elemente kriminalističkih sadržaja. Vičan u preoblikovanju slike stvarnosti i obožavanju kao obogotvorenju, kičista, u stvari, odbija da vidi stvarnost onakvom kakva jeste. On je navikao da se potčinjava svom lošem ukusu i duhovnom siromaštvu, a da ništa zbiljski ne učini na sopstvenoj promjeni i na bogaćenju vlastite individualnosti. I osjećanja i doživljaj udomljuju se u gotovo umrtvljenom stereotipu. U njemu često obitava kičerska neumjerenost i sentimentalistička plačljivost.

Otu Bestu (*Das verbotene Gluck. Kitsch und Freiheit in der deutschen Literatur*) nisu bile prihvatljive ni Gicove ni Brohove ideje o kiču utoliko prije što je njihovo osporavanje kiča dolazilo prevashodno sa „visokog pijedestala umjetnosti“. On je poklonio veliku pažnju literarnom kiču da bi pokazao kako je svođenje kategorije umjetnosti na fenomen kiča pogrešno jer tada ispada da je kič ništa drugo do „rđava umjetnost“. Po njegovom mišljenju, kič jeste posljedica demokratskih procesa i jeste demokratska umetnost i jeste sastavni dio „moderne potrošačke kulture“ pa se i zbog toga ne može previdjeti ni njegov način nastajanja u vrijeme industrijske proizvodnje i tehničke reprodukcije ni njegova recepcija savremenog čovjeka. Čovjek kao „*osjećajno i tjelesno biće*“ prihvata kič kao svoju slobodno izabranu potrebu. A uživanje u kiču upoređuje sa uživanjem u cigaretama i alkoholu. Zato ovaj autor i smatra da je, zbog „literarnog prosuđivanja literarnog kiča“, neophodno otkloniti sve predrasude kojima je kič „bio dočekivan“. Best u mnoštvu dobrih strana kiča posebno ističe vrijednosti *eskapizma*, mogućnosti ne samo bjekstva nego i promjena, ne samo

fiktivnog kontakta nego i utjehe, ne samo iluzija nego i harmonije. Kritici Brohových koncepcija pridružio se i Sreten Petrović (*Kič kao sudbina*). On smatra da je Broh kantovac kad odbacuje vanumjetničku tendencioznost u sferi umjetnosti, ali i antikantovac kada se zalaže za očuvanje moralne i religiozne tendencije u umjetničkom djelu. Petrović nedvosmisleno pokazuje da je u osnovi Brohove kritike kiča elitističko – moralizatorsko stanovište. Za njega su neprihvatljive Brohove krajnosti u razumijevanju kiča, koje su ga vodile tako daleko da je bio spreman da kič situira u domen patologije i da ga poveže sa neurozama. Razumljivo je ovakvo Petrovićevo osporavanje Broha i zbog ubjeđenja da se u budućnosti može očekivati „radikalni obrt“ u čitavom aksiološko-ontološkom sistemu, pa samim tim i do „pretvaranja vertikalne hijerarhijske ose vrijednosti u *horizontalni, istovrsni poredak formi kulture*“. Ako bi se to dogodilo, kao radikalno oslobađanje od tradicionalnog poretka, onda nijedna forma kulture – pa ni umjetnost, ni filozofija, ni nauka – ne bi slijedila hijerarhijski poredak ni posebnost vrijednosti, ni fetišizam izuzetnosti.

Podstaknut iskustvom Broha i Gica, Đilo Dorfles (*Kitsch, An Antology of Bad Taste*) dolazi do zaključka da „kič-čovjek“, kao protagonista „lošeg ukusa“, od umjetnosti očekuje „zaslađene utiske“, prijatnu razbibrigu i „lijepa osjećanja“. Tu nema ni govora o složenom i rafiniranom doživljaju. Kič-čovjek ima prema umjetnosti „pogrešan stav“ i „nepopravljivo“ pogrešno stanovište već i zbog toga što smatra da bi umjetnost trebalo da pokrene samo „prijatna osjećanja“, da ostvari „sladunjav ukus“, jer ona nije „nešto ozbiljno“. I kad se kič može naći u svim umjetnostima, lako je u „neukosti“ publike naći mnoštvo kičista. Tu će se naći i onaj Dorflesov „kič-čovjek“, koji vrhunsko slikarstvo jednog Rafaela doživljava kao ilustrovane razglednice, a stvaralaštvo Vagnera i Verdija ne prihvata zbog polivalentnih muzičkih vrijednosti njihovih djela već isključivo zbog romantičnog libreta. Kič-čovjek uspijeva da u svom doživljaju u kič pretvori i Johana Sebastijana Baha, pripisujući njegovim stvaralački nadmoćnim i strogim kompozicijama sentimentalističke varijacije.

Jedna od izrazitih formi kiča jeste i „porno-kič“. Ovim pitanjem Đila Dorflesa bavio se i Ugo Voli (*Pornography and pornokitsch*) koji piše da je pornografija, čak i etimološki znak lošeg ukusa i da stoga nema razloga da se od nje koja je potpuno kič, odvaja polje porno-kič pojava. „Pornografija i porno-kič su kulturne i istorijske forme stavova prema polu: pornografija ne predstavlja izobličeni vid bolesnog i prigušivanog doživljavanja erotizma; porno-kič je lažno i sladunjavo, pomalo frigidno uživanje u pornografiji kič-čovjeka“ tvrdi Voli. Pornografija je surogat kulture, trijumf mehaničke seksualnosti i poraz prirodnosti. Ona je, nasuprot spontanoj međuzavisnosti i punoći intersubjektivnosti, demanti prirodnog života i spontanog ljudskog dodira. Uspon pornografskog svijeta temelji se na seksualnoj frustriranosti i osujećenosti uzajamnosti i subjektiviteta u kojem je čovjek čovjeku sve više objekat za manipulaciju. Različitost između seksualnosti i erotizma nije zanemarljiva. Smatra se da je seksualnost bezlična a erotizam osoben. I dok je seksualnost zarobljena kulturnim obrascima i civilizacijskim navikama, erotizam brani individualna čovjekova

svojstva od bezličnosti seksualnosti. U toj seksualnosti kao banalnoj realnosti kiča nema ni zavodjenja ni maštanja. Nema vrijednosti intenzivne životne radosti. Pornografska imaginacija, sa psihološkog stanovišta, najčešće ne ide dalje od naturalističkog striptiza i agresivne očiglednosti. Njeni protagonisti hoće da šokiraju, da zagolicaju maštu. Njenu plitkost prati stereotipni obrazac nekreativne komunikacije. Nagota i seks na sceni i na ekranu moraju se smatrati pornografijom ako ne vode do totaliteta ljudskog bića, ako degradiraju čovjekovu intimu. Nastojanje umjetnika da svoje djelo svede na mjeru tržišne vrijednosti, na učinak sa praktičnom svrhom, lišava takvo djelo, sa reputacijom robe na tržištu, estetske moći i autentične recepcije. Glumci, koji su pristali da svoje nago tijelo svedu na robu za tržište, makar u tome osjećali perverzno uživanje i narcističku opuštenost, ostaju daleko od slobodne subjektivnosti i spontanijih zadovoljstava. Budući da su takvi umjetnici pretvoreni u puke objekte tržišne manipulacije teško je i zamisliti da mogu slobodno realizovati svoje uloge a da se ne suoče sa mentalnim blokadama i inhibicijama kreativnosti. Sve je to moguće kad kultura egzistira kao nusprodukt merkantilizma i kad ljudi postaju robovi proizvođačke etike. Sa dobrim razlozima, ukazuje se na to kako je komercijalizacija umjetničkog života, u stvari, degradirala umjetničko djelo na robu, kritičare na reklamne agente, a umjetnike na najamne radnike. Ukus koji se stvara proračunato i konfekcijski prvi je korak do utilitarne koncepcije kulture u kojoj je uvijek obezbijeđeno mjesto za izvještačeni i agresivni svijet pornografije kao najprizemnijeg kiča.

Nije malo onih koji prihvataju kič zato što smatraju da se preko njega uključuju u kulturni i umjetnički život koji nedovoljno poznaju, a još manje razumiju jer mu nijesu dorasli. Sporno je mišljenje da se preko vulgarnog kiča stiže do rafiniranih vrijednosti. Djeluje gotovo kao iluzorno uvjerenje da je most do umjetnosti zapravo kič. Opasna je kičerska zavodljivost. Izgleda da je ona lakše savladiva od putovanja do vrijednosti. Zato je i razumljivo što Miloš Ilić (*Kultureme*) vidi kič kao umjetničku i duhovnu tautologiju, sa mnoštvom „estetičkih ožiljaka“ iza kojih stoji lijenost duha, degradacija ideala, uspostavljanje lažnih vrijednosti i tržišnih kriterijuma. Kič se, otuda, suštinski protivi stvaralačkim i duhovnim naporima. Zato ovaj autor ističe da je „kič jedan od modernih grijehova čovječanstva usađen u predmete i iznijansirani slabostima čovječijeg duha“. Abraham Mol (*Kič – umjetnost sreće*) prepoznao je kič kao „umjetnost sreće“ u svim vidovima savremene civilizacije, koju prate ideološka hegemonija, unificirajući industrijalizam i obezličeno tržište. On je pokazao da se kič nalazi i u kič-subjektu i u kič-objektu, zato u njegovom vrednovanju, kao relacionoj kategoriji, neohodno je uključiti i kič-subjekt i kič-objekt, što podrazumijeva čovjekov „stav“ i „odnos“. Mol je izvršio i klasifikaciji kiča u pet osnovnih principa.

Princip neadekvatnosti: ogleda se u nepodudarnosti između ciljeva i sredstava kiča. Kao primjer uzima se reklama u Americi koja poziva na kupovinu intimnog nakita na taj način što sugerise da se na srebrnu dugmad za manžetne unese puno ime i prezime, kao i adresa vlasnika, što se navodno smatra

idealnim poklonom za vrlo važne ličnosti ili za osobe koje žele da postanu ličnosti. Neadekvatnost je vidljiva i u tome što navodno niko ne može postati vrlo važna ličnost samo na osnovu toga što će mu adresa biti posebnom tehnikom utisnuta u nakit. U ovakvoj orijentaciji vidljivo je odstupanje kič–proizvodnje u odnosu na „normalan cilj“. To je razlog što dolazi do pretjeranog uvećanja ili drastičnog smanjenja kič–oblika.

Princip kumulacije ili nagomilavanja: kada se već izvitoperi odnos između cilja i sredstava, kič ulazi u nove neumjerenosti, tako što udružuje neukus i sitne pogreške u globalan duhovni i estetski promašaj. Primjer je knjiga koja se uprkos tome što je njena osnovna namjena literarna, zabavna, obrazovna, naučna i doživljajna komunikacija radi pojačavanja utiska naparfemiše, a naočare za sunce se kombinuju sa radio-tranzistorom, a sve radi toga da bi se na plaži napravio utisak. Princip kumulacije se odnosi na veoma rasprostranjeno svojstvo kiča, na njegovo neumjereno nagomilavanje. A nagomilavanje bilo koje vrste i iz bilo kojeg razloga teško može slijediti bilo koje stilski prihvatljivo oblikovanje, bilo kakav rafinman.

Princip sinestezijske percepcije ili istovremeno estetsko doživljavanje pomoću više čula: kič producenti nastoje da ne ostave ni jedno čulo nezaposleno, odnosno pasivno, u toku procesa estetskog doživljavanja. Tako se „bombarduju“ čovjekova čula nizom istovremenih utisaka. Primjer je muzička kutija obogaćena balerinom koja igra po taktu muzike. Princip sinestezijske percepcije pokazuje kako se iz dobro upakovanog kič–izvora na različite načine i različitim efektima atakuje, istovremeno, na više čula. Instrumentalna funkcija kiča se i u ovoj svojoj funkciji pokazuje kao agresivno osvajanje čovjeka kao biološkog bića, ali ne i kao svestrane ličnosti, koja se ne može cjelovito realizovati bez kulture, osjećanja smisla i vrijednosti života.

Princip osrednjosti se postiže uprosječavanjem u društvu i u individualnim životima ljudi. Osrednjost i prosječnost zajednički su imenitelji najvećeg dijela masovno proizvedenog kiča. Takav kič najviše priliči i nerazvijenoj kulturnoj potrebi i nerazvijenom ukusu. Princip osrednjosti svjedoči da kič nema ambiciju da promaši ni osrednji duh, ni osrednji ukus, ni „opšti tip“ mediokritetstva, kome ne smeta da bude izjednačen sa drugima. Tu se kič može pojaviti kao faktor društvene integracije, ali takva integracija suštinski je remetilacka u dostizanju one povezanosti u društvenoj zajednici koja bi se temeljila na ukupnosti kulturnog i intelektualnog razvoja.

Princip komfora povezuje se sa čovjekovom željom da sve svoje napore umanju ili izbjegne. Na primjer, da nađe poslugu, da automatizuje i mehanizuje sve što se mehanizovati može, ponekad gotovo do nivoa u kome bi automatizacija značila duhovnu smrt čovjeka. Komformista je persona prezenta, biće aktuelnosti. Njegovo nekritičko prihvatanje preovlađujućih formi egzistencije vodi ga ka identifikovanju s postojećim vrijednostima i preovlađujućim, prihvaćenim uzorima. Njegov beskonfliktni način života, koji prati nesloboda i nizak stepen kreativnosti, jedan je od tipičnih oblika pasivne egzistencije, u kojoj se poništava individualna i društvena vitalnost. Princip komfora vezuje se

za lagodnosti površnog obrasca življenja, za život kome je važnije bezbrižno živjeti nego pitati se o smislu postojanja.

Pored ovih principa kiča, zanimljiva su i tri njegova emocionalna iskušenja: *vulgarno, zanimljivo i ukrasno*. A u psihološkim načinima čovjekovog odnosa prema kiču, koje je Abraham Mol označio kao *asketske, hedonističke, agresivne, nabavljачke, nadrealističke, funkcionalističk ili kibernetičke i kič-načine* – mogu se prepoznati mreže u kojima se love čovjekove želje i njegove mutne ambicije. U introvertnosti čovjeka koji se povlači od svijeta, u njegovoj kaluderskoj izolaciji, razumljivo je odustajanje od bilo kakvog sticanja i bilo kakvog postvarenja i uživanja u stvarima. To je suština asketskog opredjeljenja. Njegova suprotnost je hedonistički način ponašanja, koji se zasniva na čulnom uživanju u stvarima, obuzetost njihovim posjedovanjem. A težnja ka njihovom uništavanju i čin uništavanja mogu biti motivisani različitim razlozima. Nastojanje da se nađu na otpadu, da bi se stvorilo „*slobodno polje*“ moguće obnove, nije daleko od ritma stvaranja u potrošakom društvu. To je agresivni tip odnosa prema stvarima. Njegova je suprotnost nabavljачki način, čiji su atributi vlasništvo, sticanje dobara i kupovanje. Gomilanje stvari i njihovo gramzivo posjedovanje otkriva pustoš bogaćenja i siromaštvo tvrdičluka. Mol smatra da je nadrealistički odnos prema stvarima skorašnje otkriće i da se temelji na „faktoru neobičnog“. Tako je i moguće da se u nadrealističkoj situaciji nađu kišobran ili mašina za šivenje na operacionom stolu. U funkcionalističkom i kibernetičkom odnosu prema stvarima sadržano je saznanje o racionalnosti stvari i njihovoj upotrebi, a kibernetika je tu da obezbijedi interakciju između predmeta i radnji. U funkcionalnosti predmeta ljepota može biti suvišna. U kič–odnosu prepoznatljiva je osrednjost u svim vidovima kič–egzistencije.

U definisanju kiča teoretičari posebno naglašavaju karakter privida, koji se završava u samoobmani i nekritičnosti, u prekrivanju stvarnosti velom dopadljive „prijatnosti“. Tako se stiže do kiča kao paradigme falsifikovane stvarnosti. Iz društvenog brloga niču obilni plodovi kiča, koji se uzima kao dokaz za kreativnu neostvarenost. Zoran Glušćević (*Život u ružičastom*), dokazuje da se „dopadljivost“ kiča ostvaruje kvaziestetskim vrijednostima kao lažna umjetnost i kao lažna forma. On pokazuje da je u kiču prisutna „laž koja obmanjuje dopadljivošću“, i to „estetskom dopadljivošću ili samo dopadljivošću“. Zbog toga što postoji senzibilitet za kič, tvorac kiča „lovi“ duhom siromašne emocije. On pokazuje veliku upornost u tome da kič–laž stavi u „pogon“, da je adaptira za sigurnu recepciju. Tu bi trebalo tražiti paradoksalnu „logiku“ dopadljivosti kiča i njegove mogućnosti da izazove radoznalost, ali ne da je do kraja zadovolji. Kič je, piše Glušćević, manipulacija vrijednostima estetski dopadljivog na relaciji između subjekta i objekta. I manje vrijedno ostvarenje može se oblikovati neobičnošću forme, u kojoj nije ništa sačinjeno po estetskoj mjeri, ništa napisano kako bi trebalo, ništa tačno odmjereno, ali baš zbog dopadljive forme, zbog same spoljašnosti, može dospjeti do relativno aktivne recepcije, do uprošćenog i afektivnog prilagođavanja. To prilagođavanje – organsko je svojstvo kiča, njegova gotovo najvažnija funkcija. Tada se ostvaruje život kome je teško odoljeti jer uspijeva da zasjeni i prevari svoje privrženike.

Vera Horvat Pintarić (*Od kiča do vječnosti*) kič – ljude vidi kao kičiste života i smatra da oni upražnjavaju *upadljivo* i *nasrtljivo* kič – ponašanje, koje prati sladunjavost, plitkost i otrcanost. Ova autorka smatra da je politički kič „najveća i najpogubnija opasnost, ne toliko za umjetnost i kulturu, koliko za samu čovjekovu egzistenciju“. Preuzet od države, politički kič se, pod vidom umjetnosti, predstavlja kao stil vladajućeg režima i kao sredstvo političke propagande. Ona pokazuje kako totalitarni sistemi ukidaju individualnu slobodu, koju umjetnost njeguje i uspostavlja. I kada je stilski i tematski slijedio ideologiju fašizma i postajao njena trivijalna propaganda, kič–umjetnost je vodila do drastičnih stranputica – do bespogovorne dirigovanosti, do karikaturnog gigantizma i rutinskog pragmatizma. Kič se tako našao van sfere umjetnosti, jer je postao ne umjetnička, već politička „činjenica“. I kada je i tematski i stilski slijedio fašističku ideologiju i postojao ni manje ni više nego njegova trivijalna propaganda, on je vodio do „fantastičnog uosjećavanja“, do bespogovorne dirigovanosti, do rutinskog pragmatizma. U nastojanju da se istakne nacionalni mit heroizma i viteštva velikim dimenzijama gradnje i monumentalizmom građevina, sa neizbježnim „vječitim“ materijalima, u granitu i mermeru, arhitekti Trećeg Rajha bili su opsjednuti nacističkom ideologijom i političkim pragmatizmom. Nije bila bolja ni sudbina „crvenog kiča“, koji je kao sjenka pratio socijalistički realizam, u kome je više bila prisutna politička naredba i ideološko viđenje stvarnosti nego umjetnička izvedba. Iz ideološke diktature socijalističkog realizma, iz njegove neslobodne izopačenosti, nije moglo nastati ništa drugo do obezličeni kič. Svojim ne samo približavanjem ideologiji, već saobražavanjem sa ideologijom kao svesnom neistinom, kič se u umjetnosti našao bukvalno van umjetnosti – u službi ideologije.

Politički stereotip je kič u svom najčistijem obliku. Zato je u istraživanjima kič i doveden u vezu sa totalitarizmom. O tome kako je kič našao svoje sigurno utemeljenje u političkom polju, a posebno u totalitarnim sistemima, nalazimo, u stvaralaštvu Milana Kundere (*Nepodnošljiva lakoća postojanja*). On govori o carstvu totalitarnog kiča, koji se odomaćio u totalitarnim sistemima kao njegovo ideološko određenje. „U carstvu totalitarnog kiča, piše Kundera, svi odgovori su dati unaprijed i isključuju bilo kakvo pitanje. Iz tog proizilazi da je stvarni neprijatelj totalitarnog kiča čovjek koji pita“. Na drugom mjestu, u istoj knjizi, nalazimo ovakvo zapažanje: „Kič je estetski ideal svih političara, svih stranaka i pokreta“. Takvo svojstvo politike nije novijeg datuma. Poznato je da je vizantijski car Teofil, još u devetom vijeku, u jednoj od sala svoga dvorca imao zlatan platan, koji je „krasilo“ mnoštvo vještačkih ptica. Podnožje njegovog trona okruživali su lavovi od zlata. Prilikom prijema – presto se dizao visoko, vještačke ptice su pjevale, a lavovi besomučno rikali. Bio je to pravi kič–prizor. Svakako, sve se to više i nije ticalo područja estetskog. Kao karikaturna pseudo–manifestacija, politički ritual najčešće se udomljuje u kič–retorici i kič–scenografiji. Hijerarhija vlasti uspostavlja se kao demagoška kič–predstava. U njoj je ponašanje vlastodržaca gotovo nezamislivo bez kičerskog oponašanja glasa razuma i imitacije nadmoći. Najčešće, sve to djeluje vještački

i nategnuto, ali, ipak, djeluje. Ostaje i nesporno saznanje da je rodno mjesto kiča politika.

U vrijeme ideološkog monizma, društvene krize, ratova i sankcija, kič je prekrpio našu mučnu svakodnevnu životnu scenu i obezličenu stvarnost. On je zacario kao bitno obilježje životnog stila. Mutni talog nagonskog plivao je površinom društvenog haosa. Cinik bi rekao da je došlo do iracionalnog i bezumnog potvrđivanja masa. Igor Mandić (*Gola masa*) je obrazložio neminovnost prisustva kiča već i zbog toga što je postao potreba najširih slojeva, pa samim tim i dio njihovih demokratskih aspiracija i demokratske politike. On nije imao iluzije šta će biti prisutnije u željama defavorizovanih u kulturi i društvu – pasulj ili kavijar. I šta će biti izabrano. To opredjeljenje je došlo do izražaja u vrijeme izrazite krize devedesetih godina prošlog vijeka, za vrijeme ratne politike, kriminalizovanog društva, sive ekonomije i negacije vrijednosti civilnog društva. U to vrijeme, buja korov turbo–folka, kao surogat izvorne narodne muzike. U stvari, estetika turbo–folka bila je nespojiva sa izvornom narodnom pjesmom jer se temeljila na vrijednostima novca, pornografije, kriminala, snobovske garderobe. Ona se bukvalno povinivala primitivizmu i najnižem ukusu. Milena Dragičević–Šešić (*Neofolk kultura*) je analizom uloge štampe u stvaranju kult–zvijezda došla do zaključka da publika ne samo da imitira svoje idole već ih kreira, što vodi do dodvoravanja i laskanja publici. Nova folk kultura, pristigla je sa blještavim i sladunjavim ukusom kiča, ali i sa prazninom vrijednosti, ideja i značenja. Zvijezde novokomponovane muzike, prvo sa svojim ekstravagantnim imidžom i načinom života imućnih „srećnika“, pa tek onda sa ganutljivom proživljenošću i emocionalizacijom stereotipnih čovjekovih stanja stizale su do nesvjesnih slojeva, do potisnutog i iracionalnog. To je bilo dovoljno za ostvarivanje sentimentalnih kič–doživljaja i najpovršnijih osjećanja. U oblikovanju svakodnevne primat su zadobili „ešaloni“ novokomponovane estrade. Novokomponovano prostaštvo jasno je oblikovalo pobjedu kulturnog siromaštva. Već tada se mogla uspostaviti i korelacija između materijalnog i kulturnog siromaštva. Postalo je očigledno kako neobrazovanost pristaje uz kič i nevrjednosti. Nekad planirano omasovljavanje vrijednosti završavalo se kao trijumf populističke estetike. Trapavim korakom umarširao je ruralni svijet u gradove i na koljena bacio urbane sanjare. Tu je vidljivo uspijeće kiča, ali i dio psihopatološke destrukcije urbicida. Ivan Čolović (*Bordel ratnika*) pokazuje kako se folklor našao u središtu politike i to u vrijeme kad se raspadanje Jugoslavije zbivalo kao najeksplozivnije balkansko „bure baruta“. Čolović smatra da su u „aksiologiji svojstvenoj folklornom tekstu“, u manihejskoj podjeli, politički sukobi obznanjeni u varijanti folklorne komunikacije, pa čak i sredstvima te komunikacije. Antagonizam između dobra i zla, između ljudskog i neljudskog podsticao je kult o mitskom ocu, čiji je kult uveliko „naslijeđivan“ snagom iracionalnog obnavljanja autokratskog mentaliteta i obogotvorenjem novih vođa, koji su pretvarani u bespogovorne autoritete. U političkom i ratničkom folkloru, u prožimanju politike, folkloru i rata, nastaje neofolklorna pjesma, koja je nacionalno-patriotskoj retorici nudila propagandnu banalizaciju političkog polja.

Ponovo se potvrdila veza kiča i nacionalizma koji je skliznuo u ksenofobiju i mržnju. Ta veza uspostavljala se između kiča i prizemnog populizma, između kiča i autokratske vlasti. Tada dolazi i do sveopšte militarizacije najširih slojeva, što je bila samo druga strana njihove prethodne represivne pacifikacije. Mistifikaciju prošlosti pratio je drastični anahronizam, koji se savršeno uklapao u varvarstva predmodernog društva. Ne samo u pseudonauci i feljtonistici, već i u književnosti, dominira „povratak potisnutog“, kako bi to rekli psihoanalitičari, a vrijedi to pomenuti zbog toga što je i kultura velikim dijelom upadala u stupicu nacionalističkih „ostraćenosti“, u provincijalizaciju, koja nije izmicala čak ni vulgarnom kiču.

U okrilju mraka sa životnog dna i periferije rasturene države pristizali su „novi bogataši“. Iz polusvijeta podzemlja, iz provincijskih predgrađa, iz velegradskog košmara, iz ratnog pakla dojezdili su snagom stihije. Privredni kriminalci, devizni rentijeri, ratni profiteri i zločinu skloni tipovi – mafijaši našli su se u središtu degradirane stvarnosti, na površini trivijalne svakodnevice. Ti mutnolovci – kojima je strana *intelektualnost, osjećajnost i moralnost*, a veoma bliske nevrjednosti i kič – domogli su se strategije o osvajanju važnog mjesta u društvu. Kupovali su sve. Kupovali su i svoj pedigree kao stari nameštaj. Kupovali su i gradili kuće na prestižnim mjestima. Kupovali su prestižna mjesta. Kupovali su i ono što se u normalnim državama ne prodaje. Tako su nastajale ekonomske imperije, koje su širile sferu svoga uticaja na cjelinu društvenog života, a posebno na finansijsku i medijsku sferu. Vitalnost njihovog primitivizma podupiru zurle i talambasi novokonponovane kulture, mamurluk i smetlišće kiča. Neumjerenost, rđav ukus, grandomanija i bahatost obilježje je njihovog životnog stila u kome dominira primitivizam. Gospoština novokonponovanih bogataša djeluje humorno, karikaturalno i smjehovito. Obučeni su najčešće u markirana lister odijela sa svilenim kravatama poznatih modnih dizajnera. Oni gaje rotvajlere ili pit bulove, stanuju na prestižnim adresama, voze uglavnom audi ili džipove, namještaj kupuju u antikvarnicama da priušte sebi miris pedigiranog života, djecu upisuju u privatne škole, ljetuju i zimuju u mjestima na glasu, redovni su posjetioci modnih revija gdje im pripada prvi red. Kakvo društvo, takav i prvi red. U njihovim stanovima mogu se naći zlatne slavine, džakuzi kade, luksuzna kupatila, mini teretane i saune. Sve je to kombinovano sa mermerom, kožom, drvetom, staklom. I kao što je unutrašnjost njihovih kuća kičerska takav je i eksterijer. Lukovi, stubovi, portali, gipsani radovi, mešavina stilova, kopije, dekoracije, travnjaci, cvijeće, bazeni, sve su to prepoznatljivi elementi kič arhitekture po mjeri i ukusu kičera.

Moda koja je u središtu svakodnevnog života često je preplavljena kičem. Pravo pomodarsko odijevanje ne podrazumeva samo nošenje odjeće poznatih proizvođača već i određeno stilsko usklađivanje i kombinovanje detalja na tipičan kič način. Glamur i lažni sjaj su najprisrtniji elementi kiča u modi. Ali tu ima i nagomilavanja, neadekvatnog kombinovanja, imitiranja i agresivnog insistiranja na „seksi“ izgledu. To se onda predstavlja kao dopadljivi imidž, a radi se o kiču koji je lako svarljiv, nametljiv, jeftin, a uz to i jako isplativ. Malo-

građanima je, po pravilu, najvažnija forma i spoljašnost, pa im zato u velikoj mjeri i odgovara kičerska površnost i blijesak kobajagi ugladenosti. Moda je, inače, vezana za moć, za prestiž, ali možda ponajviše za neutralisanje kompleksa inferiornosti ili hipertrofiju superiornosti. Što je najvažnije, ona uvijek hoće da markira ko je ko u društvu, šta i koliko znači, šta i koliko može. Moda je izgleda ponajviše sporna kad zaklanja čovjekovu prirodnu ljepotu a otkriva njegove male i velike mane. Ipak, teško je pomiriti stereotipnost trenda, rigidne kanone i modne hirove sa naglašenim individualitetom i slobodom kreativnog postojanja. Modna industrija, s neprestanim inovacijama, u stalnom je usponu, ali ne bi bilo teško dokazati da u njoj ima više sterilnosti, rutine i neinventivnosti nego kreativnosti slobodnog ljudskog duha. Ona je, nažalost, najčešće imitacija imitacije.

Svi istraživači kiča pokazuju da tamo gdje potrebe za prestižom dobijaju prenaplašen značaj, oseća se stalno nastojanje da se posjeduju one „vrijednosti“ koje su pod okriljem zakona tržišta. Otuda se i stan, kao dio čovjekove privatnosti, pretvara nerijetko u pravi kičerski izlog, koji se, kao svaki izlog, mora popunjavati novom robom. U tome ima bezličnog, opsesivnog vezivanja za stvari, za nameštaj koji je u modi. Uopšte uzev, potrošačka psihologija i tržišni mehanizam nagoveštavaju novi stil života u kojem logika prestiža dobija naglašeno mjesto. U neposrednoj vezi sa duhom takmičenja ispoljavaju se malograđansko-vlasnička zadovoljstva. Zapleten u prestižne aspiracije, okružen prividom obilja, čovjek–potrošač napreduje „malim koracima“ do svog lagodnog komformizma, do banalnog načina življenja. Zato potrošači i jesu „ono što imaju“. Uz nevolje siromašnog društva, i u našoj sredini, svjedoci smo takmičenja u neumjerenosti, u vještačkom sjaju. To je onaj potrošač koji kupuje knjige „na metar“ ne radi čitanja, već zbog praznog regala, prazne glave i lažnog predstavljanja. U taj se kontekst uklapa i turistički kič. Turistički događaj najčešće postaje pseudodogađaj. I kad je napravio „skicu za portret“ kič–turiste, Nikola Božilović (*Kič*) ga nije prepoznao samo kao „tipičnog kičera“ nego i kao malograđanina, snoba, dokoničara i hedonistu. Industrija modernog turizma ne dovodi do promene ritma življenja. Često je u „paket–aranžmanu“ osujećena čovjekova spontanost i sloboda. Što je najgore, turista postaje stranac u turističkoj svakodnevicu. Njegova težnja za pastoralnim, za zemaljskim rajem, najčešće se pretvara u tavanje bez intenziteta, bez radoznalosti i bez smisla. Taj tragikomični radoznalko, žrtva rutinske navike i nametnutog ponašanja, pokušava da turističko putovanje zabilježi fotografskim aparatom, da bi, na kraju, kad se vrati kući, mogao na miru da dozna gdje je bio, da i na taj način stigne do nepoznatih krajeva. Zato ostaje istraživaču da se pita da li su u svakodnevicu *homo turitica* više prisutna njegova čula i svjesna pažnja ili „zapisi“ foto–aparata. Ne zna se, na kraju, da li fotografije služe za pokazivanje, prikazivanje ili sjećanje. Težnja da se ostvari hedonističko blagostanje pokazuje se kao glup i površan „ideal“. A kad vidimo ljude kako se oblače kao kič–modeli, kao pokretni kič, kao odjeveni objekti, valja postaviti pitanje: ko je to, i zašto, učinio od njih? Vjerodostojan odgovor na ovo pitanje gotovo je nemoguće dati

bez uvida u industriju mode, baš kao i u industriju svijesti, koja svojim neumjerenim nagovorom doprinosi ne samo obaveznosti pomodnog glupiranja nego i eroziji onog načina života koji bi omogućio traganje za individualitetom i slobodnim izborom. Tu bi već bilo mjesta i za modni kapris i prekoračenja u odnosu na nametnute obrasce odijevanja. I kao što je Dostojevski tvrdio da se kod čovjeka često želja dijametralno razmimoilazi s razumom, isto se tako i njegov ukus može razmimoilaziti s umjerenošću i skladom.

Polazeći od kiča u masovnoj kulturi, Nikola Božilović je posebno analizirao tv-serije. I pored toga što smatra da kič „izmiče svakom definisanju“ jer ono liči na „hvatanje vazduha“, on je prepoznao kao atribute kiča: *neautentičnost, komercijalnost, pasivnost, jednokratnost, neujednačenost, mediokritetnost, varljivost, sentimentalizam, jeftinoću, egzotičnost, dekadentnost, sladunjavost, hibridnost, jednosmislenost, penetrantnost, agresivnost, totalitarnost, egzibicionost, spektakularnost, banalnost, imitativnost, zatvorenost*. Uz pomoć kulturno-društvenog, antropološkog i estetskog određenja kiča, Božilović dokazuje da su serije „danas zaštitni znak televizije“ i da predstavljaju „orgazam i sladostrašće trivijalnog duha“. Smatra, da se televizijska serija kao „prototip ganutljivog kiča“ najbolje može protumačiti na primjerima stranih i naših produkcija. Analiza iskustva naše sredine posljednjih desetljeća u praćenju televizijskih serija pokazala bi transformaciju socijalnopsiholoških mehanizama projekcije i identifikacije. Već je zapaženo da je zajednički imenitelj svih ovih televizijskih serija – strasna ljubav, neizbježna patnja i tvrdoglavo nastojanje da se dosegne sreća. U njima su eros i tanatos preplijeću. Žestoke strasti i silovite patnje postaju neumoljivi taoci želja junaka ovih serijala. Vjerovatno se u vrijeme ekstremne krize poprilično promijenio i senzibilitet televizijskih gledalaca. I kad je haotična svakodnevnica uplovila u ludilo i trivijalnost, kult malograđanskog življenja, koji se neprestano uspostavlja, pokazao je težnju za bajkovitim i egzotičnim svijetom, nagovijestio je čežnju za izgubljenim zemaljskim i čovjekovim rajem. Gledaocu nije ni preostalo ništa drugo nego da pobjegne iz „tamnog vilajeta“ nametnute mu stvarnosti i da prihvati predstave koje zaklanjaju živo osećanje tmurne svakodnevice. Njemu nije bilo neophodno ni da se zamisli nad plitkošću prihvaćenih imaginarnih kalupa „sapunskih opera“, niti da se pita o tome kako se *arhetip* pretvara u *stereotip*, što je jedna od važnih preokupacija „sapunice“. A to što je mnoštvo gledalaca pristalo da postane zatočenikom prevashodno jeftinih latino serija uvjerljivo pokazuje kako kič „jede“ svoju djecu. I pored toga, televizijske serije nijesu najdrastičnije „čedo“ masmedijskog haosa i hipertrofije kiča.

Najgore je to što kič dolazi i kao opasnost koja potiskuje umjetničke vrijednosti i kad ih podržava, prerađuje, usvaja i kada pokušava da ih slijedi. Poznato je da je kič često dovoden u vezu sa umjetnošću. To je činjeno i da bi se dokazala njegova zavisnost od umjetnosti i zloupotreba umjetnosti. I kad se identifikovao kao njena imitacija, kao neumetnost, kič se, u stvari, svodio na umjetnički stereotip. Nije, međutim, danas, nimalo jednostavno odrediti granice između kiča i umjetnosti, pored ostalog i zbog toga što se pojam estetskog i

proširio i zakomplikovao. Tako, na primjer, avangardni umjetnici nerijetko trivijalne predmete iz svakodnevnog života stvaralačkim postupkom uzdižu na nivo „estetskih objekata“. Po logici stvaralačke neostvarenosti i osrednjim mogućnostima percepcije, kič je usmjeren kolektivnom duhu i nesavršenoj ljudskoj prirodi. Kič, kao „stav“ i „odnos“, stiže do svih društvenih slojeva i svih pojedinaca, koji su mu skloni, čak i nezavisno od školovanosti. Zna se da i najzvuchnije titule ne rješavaju nevolje čovjekovog unutrašnjeg preobražaja. Do kraja je neizvjesno pitanje – koliko se može uticati na čovjekov ukus i njegov rafinman. To, opet, ne znači da se ne bi mogla uspostaviti korelacija između materijalnog siromaštva i duhovne suše. Moglo bi se, takođe, pokazati kako neobrazovanost pristaje uz kič. Neprestano se potvrđuje veza između kiča i totalitarizma, između prizemnog populizma i autokratske vlasti, između podaništva i političkog sveltvašća.

Malograđanima je, po pravilu, najvažnija forma i spoljašnost, pa im zato u velikoj mjeri i odgovara kičerska površnost i blijesak kobajagi uglađenosti. Najčešći izbor malograđanina vodi ga do pseudovrijednosti, do kiča. Malograđanski doživljaj nije ništa drugo do kič–doživljaj. U njemu nema smislenog susreta sa istinom i ljepotom. I kad budemo pokušali da odgovorimo na pitanje da li je kič vezan samo za određene društvene i kulturne epohe, moramo reći da je dokazao da u savremenom društvu nije ostvarena čovekova cjelokupnost, a posebno čovjek kao stvaralačko biće. U njemu su stvorene pretpostavke za kič–društvo, kič–kulturu i kič–čovjeka. Više od svega drugog, Božilović je obrazložio zašto se kič tako dobro uklopio u ovovremeni društveni kontekst, koji određuju totalitarne ideologije i uspon ekonomskog, naučnog i tehničkog progresu. Bez takve epohe, ovakvo bujanje kiča teško je bilo moguće. On je u njoj našao ne samo podsticaje svog postojanja nego i elemente snažnog procvata. Zato se i može sa sigurnošću tvrditi da je njegova ekstenzivna produkcija u velikoj mjeri uticala na oblikovanje ovovremenih stilova svakodnevne egzistencije i obrazaca kulture, kao što su ti stilovi života i obrasci kulture pospiješivali i kič–„vrijednosti“ i kič–proizvodnju. Iako je postao dio snažnog i zamarajućeg košmara savremenosti, kič svakako nije najveća nedaća modernih vremena, ali nije ni zanemarljivo iskušnje.

Umjetnost i kič u stalnom su nesaglasju, utoliko prije što je kič „parazit umjetnosti“. U čemu je njihova nesaglasnost? Da li je različitost ove dvije „strukture“ preduslov njihovog stalnog konflikta? Da li su njihove suštine već unapred nespojive i nepomirljive? U svakom pokušaju da se odredi vrsta sukoba između umjetnosti i kiča doći će se do zaključka da je njihova oprečnost i u domenu estetskog i području etičkog, i da se ni tu oprečnost ne zaustavlja. Umjetnost kao najslobodniji vid kreativnog bivstvovanja nespojiva je sa trivijalizacijom kiča kao oblikom pseudovrijednosti. Sve se, međutim, komplikuje već i zbog toga što kič ne postoji kao podvrsta po sebi, kao *subspecies*. A teškoće u vrednovanju kiča nastaju i zbog same prirode čovjeka kao vrijednosnog subjekta, kao onog koji vrednuje šta jesu a šta nijesu vrijednosti. U najširoj socijalnoj komunikaciji, u džungli socijalnih izbora, pokazalo se kao najproble-

matičnije ono vrednovanje, često prisutno kod „defavorizovanih“ slojeva, koje ne prati svijest da se umjesto vrijednosti bira nevrijednost. I pored toga što „pokriva“ uvjerenja, ukus, shvatanja, stavove, vjerovanja, interese i predrasude kič se nije ustalio u cjelini svakodnevnog života. Stoga je u ocjeni prisustva kiča neophodna aksiološka razložnost i estetička mjera, što često izostaje.

Svako nastojanje da se ekspanzija kiča zaustavi, djeluje u najmanju ruku, naivno. Nije to samo zbog toga što se u mnogim društvima „ostvaruje“ puko preživljavanje i što vlada golema zbrka na ljestvici vrijednosti nego i stoga što rezonovanja o kiču poprimaju kič–mišljenje. U isključivoj negaciji kiča, u njegovom odbacivanju, često ima i previše strasti, moralizatorstva i neumjerenosti – što su i obilježja kič–egzistencije. I, konačno, u svijetu, koji nije konstituisao svoj temeljni smisao, svoju ljestvicu vrijednosti, trivijalna svijest kiča i njegova nevjerojatna prilagodljivost, a počesto i magnetizam, mogu djelovati i kao droga i kao zaborav.

L i t e r a t u r a

- Božilović, N. (2002), *Kič*, Niš: Zograf.
- Božilović, N. (2006), *Kič kultura*, Niš: Zograf.
- Božović, R. (2003), *U traganju za dokolicom*, Podgorica: Pobjeda.
- Broch, H. (1955), *Dichten und Erkennen*, Zürich: Rhein-Verlag.
- Broch, H. (1955), *Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches*, Zürich: Rhein-Verlag.
- Čolović, I. (1994), *Bordel ratnika*, Beograd: Biblioteka XX vek.
- Dorfles, G. (1969), *Kitsch, Antology of Bad Taste*, London: Studio Vista.
- Dragičević-Šešić, M. (1994), *Neofolk kultura. Publika i njene zvezde*, Sremski Karlovci/Novi Sad: Izdavačka knjižara Zorana Stojanovića.
- Gic, L. (1979), *Fenomenologija kiča*, Beograd: BIGZ.
- Glušević, Z. (1990), *Život u ružičastom*, Beograd: Prosveta.
- Greenberg, C. (1959), „Avan-garde and Kitsch“, u: *Mass Culture*, The Free Press, Illinois.
- Horvat Pintarić, V. (1979), *Od kiča do vječnosti*, Zagreb: Naklada CDD.
- Ilić, M. (1989), *Kultureme*, Beograd: Naučna knjiga.
- Kronja, I. (2001), *Smrtonosni sjaj: masovna psihologija i estetika turbofolka*, Beograd: Tehnokratia.
- Kundera, M. (1990), *Nepodnošljiva lakoća postojanja*, Sarajevo: Veselin Masleša.
- Macdonald, D. (1959), *A Theory of Mass Culture/in Mass Culture*, u: *Mass Culture*, The Free Press, Illinois.
- Mol, A. (1973), *Kič – umetnost sreće*, Niš: Gradina.
- Petrović, S. (1997), *Kič kao sudbina*, Novi Sad: Matica srpska.
- Volli, U. (1969), *Pornography and pronokitsch, Antology of bad taste*, London: Studio Vista.