

RASKRŠĆA VREDNOSTI*

Fenomen kiča u antropološko-estetičkoj perspektivi

Apstrakt: U tekstu se razmatra fenomen kiča iz različitih perspektiva-sociološke, aksiološke, antropološke. U uvodnom delu autorka pokušava vremenski da situira njegovu pojavu, potom izlaže sadržaj i istoriju samog pojma. U poglavljima koja slede razmatra se odnos kiča i njemu bliskih fenomena (masovne kulture, potrošačkog društva, kapitalističke ekonomije...) Centralni deo rada posvećen je tematizovanju i reaktualizaciji antropološke dimenzije ovog fenomena, koju autorka smatra ključnom u njegovoj konstituciji, onom koja omogućava njegovu pojavu u svim vremenima, vremenima materijalnog izobilja, kao i onim drugim, vremenima egzistencijalne oskudice u kakvima živimo danas i ovde. U zaključnom delu razmatra se mogućnost redefinicije koncepta kulturne politike na čijim osnovama bi se ekspanzija kiča mogla, ako ne sasvim zaustaviti, onda bar u značajnoj meri obuzdati i ograničiti.

Ključne reči: kič, avangarda, sociologija ukusa, antropologija, vrednosti, modernost.

Tekstualnu produkciju istraživača socio-kulturnih fenomena koja je nastajala u drugoj polovini ovoga veka, obeležilo je izraženo interesovanje za fenomen kiča i njemu bliske, granične fenomene (fenomen masovne kulture, potrošačkog društva ili, u onim krupnijim i ambicioznijim analitičkim zahvatima za fenomen ukusa, odnosno sociološke i kulturno-istorijske aspekte umetnosti u najširem smislu). U tim istraživanjima prednjačili su predstavnici tzv. Kritičke teorije društva (Horkhajmer, Adorno, Benjamin, Markuze, From...) i njihovi idejni sledbenici. Otud se kao neizbežno nameće pitanje – koji su mogući razlozi teorijske reaktualizacije ovih fenomena danas, na izmaku veka u kome su bili, besumnje, istraživački uveliko eksploatisani?

* Ovaj članak je deo rada u okviru projekta „Individualni i kolektivni identitet u postkomunizmu“ Instituta za filozofiju i društvenu teoriju koji finansira Ministarstvo za nauku i tehnologiju Republike Srbije.

Prvi među njima situirala bih u domen aktualne kulturne situacije prostora na kojima živimo, situacije koja je kao takva samo kulturni refleks opštedruštvene epohalne situacije čiju najkrupniju odrednicu predstavlja raspad sistema „real-socijalizma“ u širem i državne formacije u kojoj smo donedavno živeli, u užem smislu. Iz aksiološke perspektive gledano, nastupilo je, ničeanski govoreći, doba prevrednovanja svih vrednosti (političkih, ekonomskih, kulturnih). A budući da se smena vrednosti nikada i nigde ne odvija brzo i jednosmerno, vremena prevrednovanja vrednosti, odnosno podriivanja i destruiranja starih i etabliranja novih, uvek se ispostavljaju i kao vremena ekspanzije pseudovrednosti, koje vešto okupiraju taj prazni prostor, taj vrednosni vakuum nastao sporom i nejednoličnom smenom starih vrednosti i vrednosnih sistema novima.

U kulturnoj i umetničkoj situaciji naših prostora, to stanje snažne ekspanzije pseudovrednosti može se sasvim lako identifikovati. To je dakle, onaj prvi, *praktički* razlog obnovljenog interesovanja teoretičara kulture i umetnosti, pa i mog ličnog, za ove probleme.

U neposrednoj vezi sa tim je i drugi, *teorijski* razlog moga istraživačkog opredeljenja za njih. Smatrala sam, naime, da je činjenica ekspanzije kiča u vremenima duboke društvene krize, višegodišnjeg međuetničkog rata i egzistencijalne oskudice koja se teško može izraziti ekonomskim parametrima, još jednom podrila stanovišta onih teoretičara koji na kič gledaju isključivo kao na fenomen modernih, visokorazvijenih buržoaskih društava, društava materijalnog izobilja, a osnažila gledišta onih autora koji su kao ključnu isticali njegovu *antropološku* dimenziju, onu uvek aktivnu čovekovu potrebu za njim koja je osnova i zalog njegove mogućnosti u svim vremenima, njegove perzistentnosti kroz istoriju. Jer, potreba kojoj kič pruža snažnu satisfakciju potreba je za idiličnim i retuširanim simulakrumima stvarnosti, odnosno, kako bi Gic (Giesz) rekao – za dedemonizovanjem sveta života, onih jaspersovskih graničnih situacija u njemu (rata, smrti, stradanja), potreba koja se najsnažnije manifestuje upravo u vremenima koja, mogli bismo reći, služeći se Gicovom termonilogijom-jasno osvedočavaju njegov demonski karakter.

Tematizovanje i reaktualizacija te, antropološke dimenzije kiča, ponovno iskušavanje njenih eksplanatornih potencijala, ishodište je i osnovni cilj ovog rada.

Kič... Gotovo da nema savremenog čoveka, čak i ne previše upućenog u pitanja estetike i filozofije kulture, koji nije bar jednom u životu upotrebio taj pojam u funkciji kvalifikativa izvesnih predmeta u svom kulturnom okruženju, manje ili više siguran da nije prekoračio obim njegovog značenja i gotovo da nema teoretičara ovog fenomena koji smatra da se taj obim uopšte može uspostaviti kao potpun i definitivan. Ta činjenica, međutim, ne sprečava ni jedne ni druge u njihovim nastojanjima – one prve da ga i dalje nesmetano koriste, a ove druge da ličnim analitičkim doprinosom uvećavaju onu tekstualnu produkciju kojoj je cilj, bar nominalno, da se primakne korak bliže njegovom celovitom i konačnom sadržaju.

Možda ih u tim nastojanjima podržava činjenica da bi se slične ili gotovo istovetne kvalifikacije mogle uputiti gotovo svakoj estetičkoj kategoriji. „Svaka filozofija je žongliranje sa oblacima, a ni u filozofiji umetnosti svakako neće biti drugačije“¹, tvrdio je Herman Broh (Broch) i sa njim se u tom pogledu nije teško složiti. Štaviše, njegov stav bi izdržao eventualnu kritiku i da je izrečen u radikalnijoj formi – svaka filozofija je žongliranje sa oblacima, a filozofija umetnosti je to pre svih drugih. Čini se, naime, da nijednoj drugoj filozofskoj disciplini njen predmet ne izmiče u tolikoj meri racionalnom, umskom instrumentariju kojim ga ova nastoji teorijski savladati i pronicí u ono *quidditas* svih njegovih manifestacija. „Uprkos mnoštvu teorija koje su kroz istoriju estetike nastojale da se primaknu tom cilju, on nam danas ne izgleda nimalo bliži nego što je bio u Platonovo doba“², kategoričan je Moris Weitz (Weitz). Verovatno se stoga, kako je tvrdio Hartman (Hartmann)³, estetika i ne piše za tvorca ili posmatrača umetničkog dela, već isključivo za mislioca kome delanje i držanje ove dvojice predstavlja zagonetku.

¹ Herman Broh, *Pesništvo i saznanje*, Gradina, Niš, 1979, str. 250.

² Moriss Weitz, „The Role of Theory in Esthetics“, u: Melvin Rader (ed.) *A Modern Book of Esthetics*, Holt, Reinhart and Winston, INC., New York, 1973, p. 510.

³ Cf.: Nikolaj Hartman, *Estetika*, BIGZ, Beograd, 1979, str. 5.

Tom neodredivošću umetnosti kao svog pojmovnog korelata hrani se i neodredivost pojma kič. „Dokle god nam istina umetnosti ostaje zagonetka, dotle će nas i neistina kiča ispunjavati nemir⁴“, piše Ludvig Gic. No, time, kao što rekosmo, nisu redukovani teorijski napori da se na ovom skliskom i nesigurnom „terenu“ uspostave neke čvršće demarkacione linije, neki pouzdaniji *discrimen rerum* između, bar na fenomenalnoj ravni, vrlo bliskih kategorija. I da paradoks bude potpun, u onoj meri u kojoj se uopšte može uspostaviti, makar nepotpunog i otvorenog sadržaja, pojam kiča to može jedino *vis-à-vis* pojma umetnosti, takođe nepouzdanog i teško odredivog sadržaja. Jer, tvrdi Hjum (Hume) „i u najgoroj mazariji naći će se neki sjaj boja i vernost podražavanja koji kod nekoga mogu izazvati divljenje, a ni najprostije balade nisu sasvim lišene zvučnoga sklada i prirodnosti i samo će onaj ko je već naviknut na lepote višega reda reći da su njihovi stihovi neprijatni, a priča nezanimljiva.“⁵

Relativnost ukusa kao psihološko-estetičke kategorije kojom označavamo onu individualnu i kolektivnu predispoziciju za recepciju i vrednovanje umetničkih dela kao uspeh ili neuspeh u svojim ambicijama, prva je krupna prepreka jasnom diferenciranju umetnosti i kiča. No, da li je i jedina, nastojaćemo da istražimo u prvom delu rada. Da li se iz aksiološke perspektive može jasnije i preciznije diferencirati fenomen kiča na jednoj, i umetnosti na drugoj strani? Može li se, konačno, problem kiča apsolvirati jednim ekskluzivističkim estetičkim pristupom i to onim objektivistički orijentisanim, ili je upravo skroman uspeh takvih analitičkih pokušaja u kojima je kič opserviran isključivo u kategorijama estetike objekta, predmeta, bio razlog izvesnog i evidentnog pomeranja analitičke optike sa sfere predmetnog, objektivno datog na sferu subjektivnog, intrapsihičkog?

Gornje pitanje je, dakako, retoričke prirode. Svaki principijelniji pristup ovom fenomenu, naime, nužno vodi zaključku da je u njegovoj osnovi određena čovekova predispozicija za kič-doživljaj, koji može pratiti recepciju jednog istinskog umetničkog dela,

⁴ Ludvig Gic, *Fenomenologija kiča*, Biblioteka XX vek, Beograd, 1990, str. 6.

⁵ Dejvid Hjum, *O merilu ukusa*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci, 1991, str. 62.

koliko i usvajanje onog drugog, sumnjivih i spornih umetničkih kvaliteta. I ne samo to! Sklonost kiču je, ispostavilo se, obeležje jedne kompleksne strukture ljudskog doživljavanja u celini. Drugim rečima, ono kičersko se, kao univerzalna mogućnost ljudskog odnošenja prema stvarima, u sferi pseudo-umetničkog samo konkretizuje, opredmećuje. Njegove manifestacije moguće je prepoznati i u drugim, van-umetničkim sferama čovekove prakse, kakve su, recimo, politika, religija, svakodnevni život u najširem smislu. Temelje za jedno takvo, principijelno stanovište u razmatranju kiča postavio je Herman Broh koji u uvodnom delu svoga predavanja o kiču kaže „Ja zapravo neću govoriti o umetnosti (odnosno o kiču kao antipodu umetnosti, prim. M. R.), već o jednom određenom životnom stavu.“⁶

Tako se dospelo do pojma *kič-čoveka* („kitsch-mensch“) kao antropološke osnove kiča u svim njegovim manifestacijama. Krunu ovih, antropoloških teorija o kiču predstavlja delo Ludviga Gica. Gic je krenuo od pretpostavke da govor o kič-predmetima kao onima kod kojih se začinje i na kojima se apsolvira problem kiča, predstavlja njegovo simplifikovanje i, u krajnjem, izraz je površno i neambiciozno postavljenog sazajnog cilja. Jer, „sagleđavanjem objektivnog kič-predmeta, njegove tehnike, njegovog sociološkog supstrata i njegovog delovanja na mase, zanemaruje se ono principijelnije pitanje o – kantovski rečeno – preduslovu za mogućnost kiča.“⁷ Kič-predmeti naime, samo su opredmećenja kič-svesti, jedne dubinske sklonosti ka kiču u čovekovom biću, sklonosti bez koje nema kič-doživljaja, pa ni kiča kao takvog. Stoga svaki ekskluzivno objektivistički pristup kiču, orijentisan isključivo na predmet kao takav, u odnosu na pitanje njegove suštine je *de facto* ignorantski. „Jer ‘challenge’ kič-čovek treba pre svega da pogodi onu dimenziju u kojoj se odlučuje o kiču: dakle, *ljudski život i doživljavanje*. Drugim rečima, radi se o analizi *kič-svesti*, koja na kraju krajeva i ima glavnu reč o tome da li je nešto kičersko ili nije“⁸, piše Gic. Ili kako, sledeći njegovu ideju, kaže Abraham Mol, kič je antropološka kategorija pre nego pseudo-umetnička datost, „to je stanje duha koje se ponekad kristalizira u obliku

⁶ H. Broh, *Ibid.*, str. 251.

⁷ L. Gic, *Ibid.*, str. 5.

⁸ *Ibid.*, str. 127.

predmeta.⁹ Govor o kiču je, dakako, govor o jednom od fenomena iz reda estetskog, ali 'estetskog' shvaćenog prevashodno kao ono što je po osetilnom, čulnom, po *aisthesisu*, a tek potom po umetnosti, po umetnički lepom. Tragati za antropološkim osnovama kiča, znači, dakle, tragati za osnovama čovekovog ponašanja, njegovih preferencija u sferi čulnog, osetilnog, odnosno u izvornom, baumgartenovskom i predhegelovskom smislu te reči – estetskog.¹⁰ Ponuđeni pristup dovodi nas do jednog mnogo fleksibilnijeg i sadržajnijeg, pa samim tim i plauzibilnijeg pojma kiča od onog koji se pretpostavlja u manihejskoj alternativi kič – umetnost.

Ovakvo stanovište oštro se suprotstavlja svim redukcionističkim nastojanjima da se problemu kiča priđe ili sa stanovišta estetike objekta, predmeta, ili, pak, iz perspektive sociologije kulture, nastojanjima koja se vrlo često mogu detektovati u analizama ovog fenomena. Naime, veliki je broj autora koji društvene činioce formiranja ukusa smatraju presudnim za nastajanje i ekspanziju kiča. Moderno industrijsko društvo sa svojom, takozvanom masovnom kulturom koja je inaugurisala jednu neobuzdanu sklonost ka spektakularnosti, jedan sveopšti „pokret banalizacije“, učinili su fenomen kiča, verovatno, samo transparentnijim nego što je bio do tada, ali su to učinili na tako silovit način da su mnoge autore naveli na zaključak da je kič, zapravo, autentični izdanak masovne kulture. Ti autori su skloni da čak i pojmove „masovna kultura“ i „kič“ upotrebljavaju sinonimno. O analitičkoj neplodotvornosti takvog stanovišta biće takođe reči u jednom delu ovog rada. Jer, sociološke uslovnosti za ispoljavanje jednog fenomena – Gic je u tom pogledu sasvim u pravu – još uvek nam ništa ne govore o njegovoj suštini ili vrednosti.

Činjenica je, ipak, da je moderno, „potrošačko društvo“, kako su ga, imajući u vidu njegov globalni ekonomski trend, označili neki sociolozi, društvo koje se temelji na hiperprodukciji upotrebnih predmeta i podsticanju permanentne, a nefunkcionalne gladi za

⁹ Abraham Mol, *Kič, umetnost sreće*, Gradina, Niš, 1973, str. 38.

¹⁰ Pojam estetskog će u radu uglavnom biti korišćen u tom širem, izvornom značenju. U formulacije autora koji ga koriste u onom novijem, užem značenju, dakle kao ono što je po umetnosti, po umetnički lepom neće se, dakako, intervenisati. Pažljivijim čitanjem mogu se, međutim, relativno lako diferencirati ta dva načina upotrebe koji su, jasno je, komplementarni a ne disjunktivni.

njihovim posedovanjem, uobličilo kao relativno koherentan jedan psihološki tip *homo consumensa* kao svoju socio-psihološku legitimaciju. *Homo consumens* je čovek indukovanih, neautentičnih potreba koje na psihološkom planu proizvode jedan perzistirajući neurotični konflikt i težnju za posedovanjem kao vidom njegovog razrešenja. U Frommovo (Fromm)¹¹ tipologiji karaktera ovaj tip bi, besumnje, pripadao neproaktivnim karakternim orijentacijama, a među njima onoj koju From definiše kao zgrtačku. Potreba za posedovanjem, ta neutoljiva potrošačka glad, izraz je jedne primarnije, a duboko potisnute potrebe da se „proguta“ sav materijalni svet oko sebe ne bi li se na taj način popunila ona egzistencijalna praznina koju savremeni način života ne ostavlja samo u onim najjačim i najrezistentnijim pojedincima. „Inherentan stav potrošačkom mentalitetu je proždiranje cijelog svijeta. Potrošač je vječno dojenče koje plače za svojom bočicom“¹² A agenti moderne industrije ga i tretiraju kao takvog – infantilnog, psihički neuravnoteženog pojedinca, sklonog iracionalnim odlukama. Slabosti, „pukotine“ u njegovoj psihičkoj konstituciji treba, smatra se, samo pažljivo istražiti, nesvesne motive njegovih akata kupovine samo temeljno proučiti i njihovom veštom manipulacijom učiniti od njega ono dojenče o kojem govori From, dojenče večito u potrazi za svojom bočicom, ono „razmaženo dete ljudske istorije“ (Ortega i Gaset), koje je moglo da ponikne samo u vremenu životnog izobilja, kakvo je moderno doba.

Na tom poslu angažovani su čitavi timovi stručnjaka (sociologa, psihologa, antropologa), takozvanih „analitičara motiva“, koje reklamne agencije unajmljuju kao „praktične konsultante“ za uobličavanje reklamnih oglasa za određene vrste roba. „U kraljevstvu masovne kulture, reklama je premijer“¹³, pišu Vajt (White) i Rozenberg (Rosenberg). Oglašavanje ne postavlja sebi za cilj da preoblikuje čoveka i njegove navike, već ga uzima onakvog kakav

¹¹ Cf.: Erich Fromm, *Čovjek za sebe*, Naprijed, Zagreb, 1986, str. 67.

¹² Erich Fromm, *Imati ili biti*, Naprijed, Zagreb, 1989, str. 89.

¹³ B. Rosenberg and D.M.White (eds.), *Mass Culture*, The Free Press of Glencoe, Illinois, 1965, p.434. Autori iznose podatak da u Americi državni prihodi od reklame prelaze cifru od pet biliona dolara. Opširnije o tome u: Vance Packard, *Industrija svesti – Skriveni ubeđivači*, Dosije Beograd, 1994.

je, trudeći se da podstakne njegovu žed za potrošnjom. Lansirajući nepristano nove potrebe, ekonomska propaganda se zadovoljava time da iskoristi kolektivnu težnju zadovoljstvu i novome. „Nikakva utopija, nikakav plan preobražavanja duhova ljudi, čovek se tu razmatra u *sadašnjem vremenu*, bez vizije budućnosti“¹⁴, piše Lipovecki (Lipovetsky). Najava kraja potrošačkog društva koju je učinilo postmoderno doba, bila je preuranjena. Ili, rečima Frederica Džejmsona (Jameson): „Postmodernizam samo replicira, reprodukuje, pa na izvestan način i učvršćuje logiku potrošačkog kapitalizma.“¹⁵ Postmoderno društvo dakle, nije prevazišlo potrošnju, ono je, štaviše, njena apoteoza, njena druga faza, ne više *hot*, već *cool*, pošto je potrošnja uspeła da izdrži modernističku kritiku. Ako postmoderni čovek i nije više pod vlašću zakona vrednosti i robe, već, kako sugerira Bodrijar (Baudrillard)¹⁶, njihovih simulakruma, ostaje činjenica da je sistem koji se temelji na potrošnji uspeo da integriše svoju sopstvenu, krajem moderne nagoveštenu smrt. Tako je protestantsku etiku, etiku štednje, asketizma, samoodricanja, najzaslužniju, prema Veberovom (Weber) mišljenju, za uspon modernog industrijskog društva u njegovoj ranoj fazi, smenila etika potrošnje, hedonizma, kao ključna socio-ekonomska značajka njegovih kasnijih faza. Vraćanje dostojanstva pojedincu, ponovna personalizacija i socijalizacija one Rizmanove (Riesman) usamljene i depersonalizovane gōmile, učinjena je na paradoksalan način – pojedinac je postao Njegovo Veličanstvo Potrošač.

U toj potrošačkoj gladi postmodernog koliko i modernog čoveka prepoznajemo „rad“ onih atavističkih ostataka u nesvesnom delu ličnosti, recidive onog drevnog, za primitivnog čoveka karakterističnog načina mišljenja i doživljavanja sveta u kojem se jedinstvo sa njim smatra dostižnim jedino na način fizičkog posedovanja. Čovek potrošačkog mentaliteta je za *modus vivendi* izabrao *imanje* umesto *bivstvovanja*, kako je From odredio dve oprečne životne

¹⁴ Žil Lipovecki, *Carstvo prolaznog*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci-Novi Sad, 1992.

¹⁵ Frederic Jameson, „Postmodernism and Consumer Society, u: E. Ann Kaplan (ed.) *Postmodernism and Its Discontents*, Verso London-New York, 1989, p. 28.

¹⁶ Cf.: Žan Bodrijar, *Simulakrumi i simulacija*, Svetovi, Novi Sad, 1991, str. 150.

orijentacije koje čoveku stoje na raspolaganju. U psihologiji takvog čoveka dominira bazični osećaj anksioznosti karakterističan za neurotični karakter, strah od smrti, nostalgična potreba za prošlim koje konzervira i tako čuva psihički integritet (otuda njegova sklonost ka suveniru kao fetišu prošlosti), a strah od novog koje zahteva aktivan, kritički pristup i kreativan lični odgovor na uvek nove i nove izazove života.

Svojim strukturnim i funkcionalnim svojstvima kič kao pseudoumetnost se predstavlja idealnim „potrošnim dobrom“ za čoveka takve psiho-antropološke konstitucije. Ta svojstva su osnov i njegovog savezništva, njegove simbioze sa modernom politikom. Temelje ovog savezništva moguće je, međutim, shvatiti tek ako se ima u vidu onaj epohalni zaokret u koncepciji i praksi politike koji je nastupio sa modernim dobom. Razdoblje rađanja građanskog društva inaugurisalo je, naime, jednu novu koncepciju politike i na njoj utemeljenu političku praksu. Sa Hobsom (Hobbes) sve rasprave o dobru i zlu, o pravdi i nepravdi, iščezavaju iz politike. Ona postaje indiferentna prema moralnim kategorijama, situira se, kako bi rekao Niče (Nietzsche), s one strane dobra i zla. „Politika je izgubila vezu ne samo sa religijom i metafizikom, već i sa svim drugim oblicima čovekovog *etičkog i kulturnog* života. Ona stoji sama – u praznom prostoru“,¹⁷ piše Kasirer (Cassirer). U taj „prazni prostor“ politike oslobođene svih etičkih i kulturnih elemenata, politike ciljeva koji opravdavaju sva raspoloživa sredstva, infiltriraće se i kič, kao jedno među tim sredstvima, ne, sasvim sigurno, najubojitije, ali, besumnje, vrlo funkcionalno i dragoceno. No, budući da se ono kičersko i sklonost ka njemu, kako smo utvrdili, u sferi pseudoumetničkog samo objektivizuje, jer je obeležje jedne celovite strukture ljudskog doživljavanja i odnošenja prema stvarima, ono se, kao takvo, može politički eksploatirati na više nivoa – na nivou pseudoumetnosti koja se iz praktično-političkih razloga nudi i afirmiše kao istinska umetnost i na nivou *političke kulture*, odnosno pojedinačnih njenih elemenata (političkih svetkovina i rituala, političke simbolike, tipa političkog diskursa...) koji se, oblikovani tako da se maksimalno oslanjaju na čovekovu sklonost kiču, nude masama kao model političke identifikacije i orijentacije ka projektovanom političkom cilju. Temeljnija analiza političko-

¹⁷ Ernest Kasirer, *Mit o državi*, Nolit, Beograd, 1972, str. 47, kurziv M. R.

kulturne situacije na našim prostorima u poslednjoj deceniji, pružila bi bogatu empirijski evidenciju izrečenoj tezi.

Podimo, dakle, naznačenim redom.

I. Kič iz perspektive estetike recepcije

Tragajući za onim užim estetičkim kontekstom unutar kojeg bi se mogao situirati problem kiča pa i sam govor o njemu, za onim najbližim estetičkim *a quo* tog kompleksnog fenomena, zauzstavljamo se kod pojma *ukusa*. Ta psihološko-estetička konstanta kojom označavamo onu predispoziciju za recepciju i prosuđivanje jedne predmetne datosti koja pretenduje na status umetničkog kao uspele ili neuspele u tim nastojanjima, sve je pre nego pouzdana i na objektivnim merilima utemeljena. Fenomeni koje podvodimo pod tu psihološku odrednicu, naime, toliko su promenljivi, podložni volji, sklonostima, individualnim raspoloženjima, da bi se zbog svega toga pre moglo govoriti o ukusu kao estetičkoj inkostanti. To će navesti Đilo Dorflesa da ustvrdi kako ne postoji jedan jedinstven način uživanja u umetničkom delu ekvivalentan nekoj njegovoj imanentnoj i transistorijskoj vrednosti, nego „doista različiti načini uživanja i interpretacije, što odgovaraju različitim ličnostima koje promatraju umjetničko djelo i koji se načini mijenjaju prema vremenu, psihološkim stanjima promatrača i samoj senzorijskosti predmeta.“¹⁸ Ta stalna fluktuacija u apercpcionim shemama sa kojima se pristupa umetničkim delima, shemama koje se menjaju od pojedinca do pojedinca ili, ukoliko ih shvatimo kao kolektivno-psihološku instancu, od epohe do epohe, u krajnjem ta kulturno-istorijska dimenzija ukusa, više puta kroz istoriju je osvedočena. Broh je, na primer, tvrdio da Vagnerova dela nisu ništa drugo do primeri genijalnog kiča (po Brohu, naime, postoji loš, dobar i genijalan kič), dok je danas umetnički status Vagnerovih ostvarenja gotovo nesporan. Slične tvrdnje iznosio je i Fric Karpfen¹⁹ o Rode-
novoj bisti žene u terakoti, u kojoj je video pseudoumetnost nastalu

¹⁸ Đilo Dorfles, *Oscilacije ukusa i moderna umjetnost*, Mladost, Zagreb, 1963, str. 21.

¹⁹ Cf.: Fric Karpfen, *Der Kitsch, eine Studie über die Entartung der Kunst*, Weltburg-Verlag, Hamburg, 1925, str. 89.

u trenucima umetnikove neodgovornosti, budući da je rađena za prodaju. Danas se to delo vrednuje samo kao nešto manje uspešan proizvod osvedočenog genija. Sud jedne generacije očito je „samo fragment konsenzusa mnogih generacija, samo jedan glas u parlamentu istorije.“²⁰

Kada je reč o savremenom dobu, poteškoće ove vrste potencira činjenica javljanja novih izražajnih formi, novih medija (radija, televizije, filma), čiju ulogu u sadašnjoj umetničkoj situaciji nikako ne treba podceniti. Frederic Louz (Laws)²¹ smatra da konfuzije u stavovima prema kulturnoj situaciji modernosti nastaju upravo stoga što se nedovoljno uvažava činjenica da se društveni kontekst u kojem umetnička dela nastaju i prosuđuju se, iz osnova promenio. Estetički refleksi moderne, tehnološke racionalnosti jeste depriviranje svekolikog temelja estetskog rasuđivanja i zastarevanje pred-tehnoloških estetičkih principa. Moderna kultura i moderna umetnost sa svim svojim kontroverzama, pojave su *sui generis* i samo se kao takve mogu razumevati i tumačiti

U tu kompleksnu umetničku i kulturnu situaciju savremenog doba trebalo bi situirati i problem kiča kao pseudoumetnosti, budući da znatan broj autora njegovu pojavu vremenski situira upravo u doba rađanja modernoga društva. To biva utoliko teže što ni etimologija te reči nije jednoznačna. Jedni je dovode u vezu sa engleskim *sketch*, koje je označavalo skicu neke skupe slike koju su anglo-američki kupci naručivali umesto originala. Po drugima, u osnovi ove reči je nemački glagol *kitschen* koji se koristio u svakodnevnom životu, a značio je sklepati nešto na brzinu, gomilati blato sa ulice ili nov nameštaj preparirati tako da izgleda kao stari. Glagol *etwas verkitschen*, koji se takođe dovodi u vezu sa terminom kič, znači nešto olako uraditi, rasturiti neku robu po niskoj ceni, jeftino krčmiti, ili, pak, krišom podmetnuti, prodati nešto umesto onoga što se zapravo htelo kupiti. Šternberg (Sternberg)²² je, međutim, sasvim u pravu kada tvrdi da nam izvorno značenje reči „kič“ ne može

²⁰ Bernard Rosenberg, „Mass Culture Revisited“, u: *Mass Culture Revisited*, Van Nostrand Reinhold Company, New York, 1971, p. 7.

²¹ Cf.: Frederick Laws, „Introduction“ u: *Made for Millions: A Critical Study of the New Media of Information and Entertainment*, London, Contact Publishers, 1947, p. 5.

²² Cf.: Jacques Sternberg, *Kitsch*, Academy Editions, London, 1972, p. 3.

biti od prevelike pomoći u daljem toku našeg istraživanja. Bilo da je situiramo isključivo u oblast estetike ili šire izvan nje, ona nema više jasno i precizno značenje. U to nas uveravaju stotine eseja, knjiga, predavanja publikovanih širom sveta, uglavnom u Nemačkoj, Italiji i SAD. Ipak, čini se da Mol s pravom naglašava evidentnu etičku insuficijentnost postupaka koje označava glagol *verkitschen*, kao što smo videli, u najužoj vezi sa savremenim terminom „kič“. Kič će u svim svojim manifestacijama zadržati to svojstvo na kojem će Broh izgraditi celu svoju teoriju o kiču kao prevashodno *etičkoj* nevrednosti.

Jezici latinskog porekla nemaju termin čiji bi obim značenja bio identičan onome koji ima nemački termin *kitsch* odnosno složenice čija je on osnova (*kitschen*, *verkitschen*). Stoga pojavu kiča u semantičkim poljima tih jezika nije moguće precizno situirati, ona je tu više *konotativna* nego *denotativna* pojava, više intuitivna nego eksplikabilna. Etimološka nepreciznost, međutim, ne bi morala sprečavati jednoznačnu upotrebu termina, a sa kičom je upravo to slučaj, što implicira zaključak da je terminološka višeznačnost samo refleks sadržinske multidimenzionalnosti samog fenomena. Jer, koliko god odredbi kiča da navedemo, na koliko god primera za njega da ukažemo, nećemo uspeti da ukrotimo njegovu fenomenalnu „bezobalnost“.

Područje slikarstva u kojem je ustanovljen, vrlo brzo je prestalo biti njegov ekskluzivan domen, a i samo vreme njegove pojave autori različito određuju, u zavisnosti od toga iz kojeg teorijskog rakursa mu pristupaju. Tako, na primer, sociolozi umetnosti datiraju njegovu pojavu u XIX vek, u doba takozvane „belle epoque“ (između 1889. i 1914.). Pođoli (Poggioli)²³ smatra da se o kiču može govoriti tek od tog doba, doba nastajanja avangardne umetnosti kao kulminativne tačke evropske umetničke modernosti. Sva velika umetnička dela prošlosti donosila su sobom novine, ukidala postojeće umetničke kanone, ali tek krajem XIX veka novina u umetnosti dobija karakter revolucije, apsolutnog diskontinuiteta sa svim dotad viđenim, ustanovljavanja jednog sasvim drugačijeg „poretka stvari“ u umetnosti. „Modernizam se ne zadovoljava proizvođenjem stilskih varijacija i novih tema, on hoće da prekine kon-

²³ Cf.: Renato Pođoli, *Teorija avangardne umetnosti*, Nolit, Beograd, 1972, str. 113.

tinuitet koji nas vezuje za prošlost, da ustanovi apsolutno novo delo²⁴, piše Lipovecki. To je ona paradoksalna „tradicija novoga“ (Rozenberg), možda i „dogmatika novoga“ (Sloterdijk) koju modernizam sobom ustanovljuje.²⁵ Tek u to doba, doba nastajanja avangardne umetnosti koja je dete te estetike originalnosti i novine, može se po Pođolijevom mišljenju vremenski situirati fenomen kiča ili *stereotipa* (što je prevod francuskog sinonima za kič), kao konzervativne, mimetičke, umetnosti već viđenog. Istoričari umetnosti, međutim, pronalaze primerke kiča čak i u antici, a sa stanovišta onih estetičara koji na kič gledaju kao na epifenomen umetnosti, kič je star koliko i umetnost sama. Tako, recimo, Broh smatra da nema umetnosti bez kapi kiča, da je on njen neizbežan pratilac, odnosno da umetničko delo postaje umetničkim a ne ostaje pukim kič-ostvarenjem tek onim, samo umetnosti svojstvenim činovima prevazilaženja onog uvek prisutnog sloja kiča u sebi. Gotovo istovetno stanovište prepoznajemo i u sledećim rečima Teodora Adorna: „On (kič, prim. M. R.) je kao otrov pomiješan u svakoj umjetnosti, izlučiti ga iz sebe, to predstavlja danas jedan od najočajnijih napora umjetnosti.“²⁶ No, čak i da reč „kič“ nije bila nikada upotrebljena, ne bi se moglo poreći, tvrdi Šternberg, da je ideja o njemu bila jasno prisutna kroz vekove. Nalazimo je u umetničkim manifestima, iskazima mnogih umetnika i umetničkih kritičara, koji čak i kada ignorišu sam termin „kič“ možda i ne znajući to, govore o njemu ili nečemu njemu vrlo bliskom. Jer, „romantizam je izašao iz mode, simbolizam zastareo, nadrealizam se oduvek obraćao malim elitama, jedino je kič sveprisutan i večan.“²⁷

²⁴ Žil Lipovecki, *Doba praznine*, Književna zajednica Novog Sada, Novi Sad, 1987, str.71.

²⁵ „Činjenica je da ideja novine dominira takođe i modernom ekonomijom i modernom tehnologijom, piše Daniel Bell. Ali novine u ekonomiji i tehnologiji limitiraju raspoloživi resursi i finansijski izdaci. U politici, takođe novine su ograničene postojećim institucionalnim strukturama, snagom veta pobunjenih grupa i u izvesnoj meri tradicijom. Ali promene u domenu ekspresivnih simbola i formi, vrlo često teško prihvatljive za široke mase, ne nailaze na otpor u sferi kulture same po sebi.“ (Cf.: Daniel Bell, *Cultural Contradiction of Capitalism*, Heinemann, London, 1976, p.20.)

²⁶ Teodor Adorno, *Estetička teorija*, Nolit, Beograd, 1979, str. 391.

²⁷ Jacques Sternberg, *Ibid.*, p. 1.

Izgleda, ipak, da je Gic u pravu kada tvrdi da je reč, doduše, prilično skorašnja, ali ne i sama stvar.

II. Kič – umetnost sreće ili „umetnost“ „sreće“?

Čak i oni autori koji kič posmatraju kao sveltremenu pojavu, odnosno kao estetski fenomen star isto toliko koliko i umetnost sama, implicitno ili, čak, sasvim eksplicitno, podržavaju stanovište da njegova ekspanzija i penetriranje u sve sfere čovekovog postojanja hronološki korelira sa velikom industrijskom revolucijom koja je urbanizovala ogromne mase seoskog stanovništva Zapadne Evrope i Amerike i time naznačila početak stvaranja modernog, buržoaskog društva. Veliki gradski centri preuzimaju društveno-ekonomsku dominaciju nad životom cele zemlje sa ogromnom moći uticaja na sve ostale segmente društva. Tradicionalne spone među ljudima su pokidane, solidarnost grupa razorena, a atomizovani pojedinci „bivaju prepušteni svojoj samoći da se u džungli gradova, pustinji fabrika, sivilu kancelarija bore za zadovoljavanje vlastitih potreba.“²⁸ *Zajednicu* je smenilo *društvo*, rekao bi Tenis (Tönnies), a epoha koja se pomaljalo postaje prepoznatljiva kao „doba gomile“ (Moscovisi).

Na kulturnom planu ti procesi su se reperkutovali kao potiskivanje narodne kulture koja više nije mogla poslužiti kao forma za nastajanje novih kulturnih sadržaja. Nove životne okolnosti u kojima se našlo dojučer seosko stanovništvo, zahtevale su novi tip kulture koji će zadovoljiti stare kulturne potrebe u novim društvenim okolnostima. Tako je, kao sporedni proizvod industrijske revolucije, nastajala nova, takozvana *masovna kultura* ili kultura masovnog društva sa tri svoje ključne determinante – a) masovnošću produkcije, b) standardizacijom kulturnog proizvoda i c) njegovom difuzijom putem sredstava masovnog komuniciranja koja su omogućavala brzinu i istovremenost recepcije kulturnih sadržaja velikom broju potencijalnih konzumenata.

Delo koje je pretendovalo na status umetničkog dobija karakter *proizvoda*, dakle predmeta masovne, industrijske proizvodnje i kao takvo, nužno gubi dimenziju kreativnosti, originalnosti, ne-

²⁸ Serž Moskovisi, *Doba gomile*, Biblioteka XX vek, Beograd, 1997, str. 43.

ponovljivosti. Ostvarenja sumnjivih estetskih kvaliteta postaju pretežan deo produkcije masovne kulture, a čovekovo okruženje definitivno i neopozivo artifično, prepuno serijski proizvedenih, standardizovanih oblika, koji postaju njegova estetska svakodnevnica. Tome naruku išla je činjenica da je zahvaljujući sve većoj automatizaciji proizvodnog procesa, vreme koje se utroši na produktivni rad postalo beznačajno kratko u odnosu na onaj beskraj slobodnog vremena, vremena potrošnje u kojoj depersonalizovani pojedinac građanskog društva prepoznaje mogućnost za realizaciju i satisfakciju jednog vrlo važnog – emocionalnog dela svoje ličnosti, kojeg dehumanizovani proizvodni proces ostavlja potisnutim i nezadovoljenim.²⁹ Proizvodnja je, dakle, masovna i bezlična, potrošnja – lična i podređena imperativu emocionalnog zadovoljstva. „Ono što određuje buržoasko društvo nisu potrebe, već želje. A želje su psihološka, ne biološka kategorija i po svojoj prirodi su neograničene,“³⁰ piše Daniel Bell (Bell).

Time izazov za uspostavljanje kič-odnosa kao pretežne vrste odnosa čoveka visokorazvijenog buržoaskog društva prema svojoj sredini, postaje nesavladiv. U tome ne treba zanemariti ni ulogu značajno uvećanih ekonomskih, odnosno kupovnih moći konzumenata, koje, udružene sa niskim kulturnim nivoom, nužno vode opredeljenju za kič umesto za istinske umetničke i kulturne vrednosti, „Možda je ključna razlika između „društva“ i „masovnog društva“ – piše Hana Arent (Arendt) – u tome što je društvo tražilo kulturu, vredne i bezvredne kulturne proizvode, upotrebljavalo ih i zloupotrebljavalo u svoje lične, sebične svrhe, ali ih nije „konzumiralo“ ...Masovno društvo ne želi kulturu, već zabavu, a proizvode koje nudi industrija zabave društvo konzumira kao bilo koje drugo potrošno dobro.“³¹

Mol razlikuje dva velika razdoblja kiča. Prvo je vezano za doba uspona buržoaskog društva, za onaj trenutak kada ono postaje svesno svoje moći i „počinje da nameće svoje kafene kašičice i svoje štikaljke za šećer po pustinjama Meksika i stepama centralne Azije“, društva čiji simbol postaje robna kuća kao ekonomsko-

²⁹ Opširnije o tome u: Melvin Tumin, „Popular Culture and the Open Society“, u: *Mass Culture*, cit. izd. p.p. 548-557

³⁰ Daniel Bell, *Ibid.*, p. 22.

³¹ Hannah Arendt, „Society and Culture“, u: *Mass Culture Revisited*, cit. izd. p. 96.

-kulturni topos koji konstituiše i uobličava jednu „umetnost življenja“. Drugi period je period neo-kiča, a njegov simbol *prix unique*, odnosno robna kuća sa robom po jedinstvenoj ceni (unifikacija na svim mogućim nivoima!) i supermarket kao njen istorijski naslednik. I jedna i druga institucija se održavaju na mehanizmu potrošnje u koji je ugrađena ideja sopstvenog obnavljanja. Svaki predmet, naime, uprkos savršenstvu forme, ima tačno programiran i limitiran vek trajanja, odnosno projektovan je tako da vrlo brzo pređe put od fabrike do kante za otpatke, što omogućava stalno obnavljanje proizvodnog ciklusa. Kič je, dakle, zaključuje Mol, fenomen potrošačke civilizacije koja proizvodi da bi trošila i troši da bi proizvodila kroz jedan kulturni ciklus čija je osnovna crta ubrzanje.

U svemu tome ne treba zanemariti ni ulogu takozvanih „skrivenih ubeđivača“ (Vans Pakard), čiji je zadatak da na individualno-psihološkom planu navedu na zaključak „baš to mi treba“ i time obezbede racionalizaciju globalne potrošačke tendencije („svaka od tih stvari mi je potrebna“). Ta činjenica primorava potrošača takve robe da u svom enterijeru dopušta koegzistenciju predmeta različite starosti koji pripadaju različitim generacijama oblika. Za moderni enterijer bi se, inače, moglo reći da predstavlja privilegovano mesto kiča odnosno takozvanih primenjenih umetnosti (suvenira, dekoracije, nameštaja), čiju produkciju pretežnim delom čine gotovo ideal-tipski primerci kiča. „Parola ‘lepše stanovati’ pretvara i najsvakodnevnije upotrebne predmete u rekvizite tog sveopšteg festivala, u kome fetiški karakter robe u potpunosti nadvladava njenu upotrebnu vrednost“³², piše Encensberger. Pritom je važno imati na umu i značaj mode, koja svojim brzim promenama, stalnim lansiranjem novina, doprinosi zastarevanju oblika i podsticanju potrošnje. Ali ta stalna potraga za novinama, karakteristična za spoljašnji lik masovne kulture, s pravom upozorava Lipovecki, nema ničeg zajedničkog sa onom „tradicijom novoga“, karakterističnom za modernu umetnost. „Kao snovi ili dosetka, tako se i masovna kultura u suštini razleže ovde i sada, njena dominantna vremenska određenost upravo je ona vremenska određenost koja upravlja i modom.“³³

³² Hans Magnus Encensberger, *Nemačka, Nemačka između ostalog*, BIGZ, Beograd, 1980, str. 114.

³³ Žil Lipovecki, *Carstvo prolaznog*, cit. izd. str. 207.

Razloge za to treba tražiti u činjenici da upotrební predmet nije više definisan funkcijom koju vrši u svakodnevnom životu, pa čak ni prvenstveno njome, već se svojom nefunkcionalnom, dekorativnom stranom, nameće kao pokazatelj društvenog statusa i faktor društvenog prestiža njegovog vlasnika. Taj elemenat naglašene dekorativnosti koja zauzima mesto bar intencionalne, odnosno nominalne funkcionalnosti, odvodi takve predmete, mogli bismo reći- prekim putem u zonu kiča. Tom svojom nefunkcionalnom stranom kič se, reklo bi su prvi mah, u izvesnoj meri približava umetnosti. Ali, za razliku od nje koja se iscrpljuje u toj nefunkcionalnoj dimenziji i ukoliko je istinska umetnost nikada ne teži da je prevaziđe, u kiču je ta dimenzija uzgredna (ali ne stoga i manje transparentna), i, kao takva, postaje onaj faktor neadekvatnosti (porculanske šoljice za kafu kao dekoracija za vitrinu), koji je, kako ćemo videti, jedan od ključnih konstitutivnih principa kiča, odnosno njegovih opredmećenja. U tom kontekstu kič ima *društvenu* funkciju pretpostavljenu upotrebnoj, koja bi trebalo da bude primarna. Jer, ako u izvesnom trenutku i izgubi svoju upotrebnu vrednost (šoljica kojoj je otpao držač), predmet ostaje kao *ukras* u vitrini, dakle, zadržava dekorativnu funkciju.

Generalno uzevši, svako egzibicionističko preterivanje bilo u smislu ukrašavanja i dekorativnosti, bilo u smislu isključive i preforsirane funkcionalnosti kakvu prepoznajemo u *gedžitu* (predmetu namenjenom zadovoljavanju više sitnih funkcija svakodnevnog života, kakav je, recimo, set sačinjen od peroreza, vadičepa i otvarača za konzerve ili časovnika i termometra), vodi ivicom kiča, ako je već i ne prelazi. Zapravo, svaka životna orijentacija ka predmetima, svako fetišiziranje predmeta, bilo kao nosioca dekorativnog ili funkcionalnog, otvara širom vrata kiču. Kič se, uopšte, hrani preteranošću i prenaplašenošću, one mu pogoduju, „teku njegovim venama“ (Šternberg). To bi, po mišljenju ovoga autora mogla biti ona pouzdana, željno tražena diskriminanta između kiča i onoga što ne zaslužuje da se nazove tim imenom. Jer, ako se već i može sporiti oko toga koji nivo lošeg ukusa ili banalnosti zaslužuje da se nazove kičem, teško je poreći da je preteranost sama njegova srž. Stoga kič tako često i ide uz bizarno, fantastično, abnormalno. Poreći taj elemenat preteranosti moglo bi odvesti krivom zaključku da je sve oko nas kič – najobičniji izlog neke prodavnice, gotovo svaka slika, većina filmova i pozorišnih komada. Šternberg tvrdi da bi bilo veoma dosadno praviti

katalog svih proizvoda lošeg ukusa koji donose solidan profit. Kič uvek ima jednu ekstra dimenziju. On ide dalje od profanosti, površnog klišeja ili svakodnevnog ružnoće. „Moderni enterijer, preterano dekorisane fasade, poštanske karte u bezbroj boja, rokoko sjaj muzičkih dvorana, salonsko slikarstvo s početka veka, „biblijske“ filmske epopeje, suveniri, religiozna „gvožđurija“ – toliko mnogo proizvoda obeleženih preteranošću, i sentimentalnošću i lažnim sjajem, drugim dvema konvencionalnim komponentama kiča.“³⁴

Abraham Mol je uočio i formulisao nekoliko ključnih principa na kojima se kič konstituiše. Tu je najpre *princip neadekvatnosti* (devijacije, odstupanja od nominalnog cilja – šoljice za kafu kao dekoracija za vitrinu koje smo već pomenuli, dobro ilustruju taj njegov konstitutivni princip). Kič stoga, tvrdi Mol, uvek pomalo promašuje, pa i podvaljuje, moglo bi se dodati, jer zamenjuje „čisto“ – „nečistim“ (ili obrnuto, kao u našem primeru), čak i kada simulira čistotu. Kao drugi, Mol navodi *princip kumulacije čulnih kvaliteta* (zidni sat koji svira, namirisana knjiga), koji implicira treći, *princip sinestezijske percepcije* (čulni totalitarizam kiča izražen kroz imperativ da se u procesu njegove recepcije mobilišu i oko i uho, a vrlo često i neka druga čula). Taj imperativ kao intencionalno svojstvo takozvane „totalne umetnosti“ (opera i opereta su tipične u tom pogledu), dovodi je u opasnu blizinu kiča. Stoga je i *gigantizam* jedno od najčešćih svojstava kiča, zbog kojeg on i jeste obeležje onih kultura koje Mol naziva eruditskim, dakle onim koje iskazuju sklonost ka gomilanju, ka *umnožavanju kulturema*, pre nego ka njihovom sintetisanju. „On (kič, prim. M. R.) manje uklanja a više prikuplja“, tvrdi Mol. Stoga su ultrafigurativno slikarstvo, romantizam i fantastična umetnost oni umetnički pravci uz koje kič najlakše prianja, na kojima najčešće parazitira.

Četvrti princip kiča je *princip osrednjosti* – kič uvek ostaje na pola puta u kretanju prema novome i u tom smislu je antipod avangardi koja princip novine, originalnosti i umetničke revolucionarnosti postavlja kao prvenstven. To svojstvo implicira i peti princip njegovog ustrojstva, *princip konfora*, zbog kojeg kič i jeste estetska svakodnevnica masovnog društva, estetska hrana masa.³⁵

³⁴ Jacques Sternberg, *Ibid.*, p.5.

³⁵ „Niža srednja klasa, piše Leslie Fiedler, reaguje sa podjednakim

Kič je umetnost svakodnevnog života, tu on stiže svoju „autentičnost“. Prevashodno „demokratski“, on je prihvatljiv za većinu, jer ne vređa duh uzvišenosti, naporom koji prevazilazi naše moći jer zahteva da prevaziđemo sami sebe, one ljudske slabosti na kojima kič i opstaje. Teško je živeti svakoga dana u blizini dela istinske umetničke vrednosti koja bude iz dremeža, opominju, pozivaju na akciju. „Prosečan čovek koji se od osam ujutro do osam uveče bori za hleb svagdašnji, ne može nakon toga slušati Parsifala, njemu je potreban duhovni oporavak putem lakog uživanja“.³⁶ Tu ideju ima na umu i Lefevr (Lefebvre) i formuliše je kao zahtev za prekidom sa svakidašnjicom, zahtev koji moderni čovek postavlja pred umetnost. „Vješti dobavljači proizvodit će iz dana u dan slike svakidašnjice, slike u kojima ružno postaje lijepo, prazno puno, gnusno veliko. A užasno postaje „fascinantno.“³⁷ Ta psihološka potreba modernog čoveka za umetničkom perverzijom svakidašnjice tako se spretno koristi, da je onima koji to čine i njihovim proizvodima vrlo teško odupreti se ukoliko čovek ne želi da se ukruti u puritanizmu, odbacujući sa „senzacionalnim“ sam život i „aktualno“. Razlika između umetničkog i kič-ostvarenja je razlika između „otvorenog dela“ (Umberto Eco), koje poziva na aktivan, kritički stav svoga recipijenta i zatvorenog dela koje ga stabilizuje u njegovoj pasivnoj, nekritičkoj i konformnoj poziciji pukog konzumenta. Za Lea Leventala (Loewenthal) to je „razlika između neautentičnog (patvorenog) zadovoljstva i autentičnog doživljaja koji vodi onome što je Aristotel nazivao katarzom.“³⁸ Kič, moglo bi se reći, za razliku od umetnosti, parodira katarzu. Istinsko umetničko delo zahteva od svojih recipijenata suočavanje sa sobom i okolnostima sopstvenog života, njegov imperativ je „biti ovde i biti to

besom na umetnost koja prevazilazi njene moći razumevanja (Džojls, Kafka...), kao i na onu koja ostaje ispod njenog nivoa (Supermen...). Tako ona bira sredinu između ovih krajnosti, jer strah od vulgarnog je samo druga strana straha od izuzetnog, a oboje su aspekti straha od različitog: simptomi potrebe za konformizmom na nivou plašljive, sentimentalne, „beskrvne“ uljudnosti.“(Cf.: Leslie Fiedler, „The Middle Against Both Ends“, u: *Mass Culture*, cit. izd. p. 547.)

³⁶ F. Karpfen, *Ibid.*, str.73.

³⁷ Henri Lefebvre, *Dijalektički materijalizam – Kritika svakidašnjeg života*, Naprijed, Zagreb, 1959, str. 153.

³⁸ Leo Lowenthal, „Historical Perspectives of Popular Culture“, u: B. Rosenberg and D. M. White (eds.), *Mass Culture*, cit. izd. p. 51.

sada“. Savremeni čovek dehumanizovanog socijalnog miljea, međutim, radije prihvata imperativ koji masovna kultura postavlja pred njega, a to je imperativ „biti drugde“ koji od njega čini biće daljine čiji duh, kako kaže Moren (Morin), večito luta horizontima svoga života. Kič se predstavlja idealnim i nezamenljivim saputnikom na tom fiktivnom putu.

Kič je umetnost „sreće“ (otuda njegova univerzalnost), koju, ako je već nema u životima većine pojedinaca, treba simulirati i time paralisati čoveka u pokušaju da izmeni etablirani poredak stvari u kakvom sreće možda nikada i ne može biti. Zabava koju pruža kič jeste beg, ali ne samo od loše zbilje, već i od zadnje pomisli na otpor toj zbilji takvoj kakva jeste. Oslobođenje koje obećava takva zabava jeste oslobođenje od „mišljenja kao negacije“ (Horkhajmer&Adorno). Na tu eskapističku, u krajnjoj konsekvenci, psihoterapeutsku dimenziju kiča ukazuju gotovo svi teoretičari ovog fenomena. To je ona dimenzija koja kič čini dragocnim saveznikom svih totalitarnih političkih režima koji u njemu vide moćno sredstvo za održavanje statusa quo. No, o tome će biti više reči u narednim delovima rada.

III. Masovna kultura i kič

Kada je reč o odnosu kiča i masovne kulture, treba imati u vidu neke česte, analitički nimalo plodotvorne manire teoretičara ovih fenomena. Reč je, naime, o čestim simplifikacijama njihovog odnosa, što, budući da svaki od njih ponaosob izmiče pokušajima preciznog definisanja i celovite analize, dodatno opterećuje teorijski diskurs njihovih istraživača, a epistemološke efekte njihovih teorija čini manjim nego što bi mogli biti.

Pojmovi „masovna kultura“ i „kič“ se, naime, često upotrebljavaju sinonimno, što implicira zaključak da se obimi njihovih sadržaja preklapaju. To, međutim, ne odgovara objektivnom stanju stvari u kulturnoj sferi. Masovna kultura, podseća Kloskovska (Kloskowska)³⁹, pored elementa zabave koja se uglavnom oslanja na proizvode kiča, sadrži i elemente informativnog i obrazovnog. A svet informacija, pravilno uočava Lipovecki, umnogome doprinosi

³⁹ A. Kloskovska, *Ibid.*, str. 299.

podrivanju opšteprihvaćenih ideja, razvijanju kritičnosti uma, „on je stroj koji usložnjava odrednice mišljenja, koji podstiče potražnju za argumentima, makar to bilo i u jednostavnom, neposrednom, nedovoljno sistematičnom okviru. Medijska potrošnja nije grobnica uma, spektakularnost ne ukida oblikovanje kritičkog mnjenja, *show* informacije ide putanjom Prosvetljenosti.“⁴⁰ Mediji u tom smislu uveliko preuzimaju ulogu škole, porodice, crkve, kao tradicionalnih instanci socijalizacije i transmisije znanja. Njihova društvena funkcija, dakle, teško bi se mogla odrediti a priori negativnom, kakvom je vidi, recimo, Maršal Makluan (McLuhann), u smislu neizbežnog psihološkog pasiviziranja i konformiranja pojedinca društvenom sistemu, ma kakav da je. Ne treba smetnuti s uma da je, recimo, snažno protivljenje Amerikanaca ratu u Vijetnamu, kako zapaža Lorenc⁴¹, uglavnom bilo zasnovano na činjenici da su ljudi počinjena zverstva mogli na televiziji da vide neposredno.

Kič, dakle, jeste pretežan, ali ne i isključivi sadržaj masovne kulture, odnosno sredstava masovnih komunikacija kao njenih difuzionih kanala.⁴² Mass-mediji se, naime, bave i prezentacijom dela nesumnjive i nesporne umetničke vrednosti (prenosi koncerata klasične muzike, izvođenje radio-drama, objavljivanje delova iz literarnih ostvarenja elitne književnosti). Time se, doduše ukida ona diferencijacija između umetnosti i života, ona atmosfera ritualnosti i povlaštenosti trenutka u kojoj su bila usvajana umetnička dela predtehnološke ere, ili, kako bi rekao Benjamin⁴³, ona njihova „aura“, što savremenog čoveka čini ravnodušnim pred mnoštvom na taj način ponuđenih umetničkih proizvoda. Upravo u tome, u toj atrofiji senzibiliteta, Dorfles prepoznaje uzrok siromašenja stvaralačke imaginacije modernog čoveka i njegove hedonističke

⁴⁰ Žil Lipovecki, *Ibid*, str. 221.

⁴¹ Prema: H. Rosenberg & D.M. White, *Mass Culture Revisited*, cit. izd. p. 17.

⁴² Iz tih razloga bi ovaj pojam („masovna kultura“) trebalo upotrebljavati u smislu globalnog kulturnog konteksta, globalne kulturne situacije savremenog društva, situacije čiji značajan, mada ne i isključivi sadržaj čini kič, shvaćen u onom užem smislu, dakle, kao pseudoumetnost. Na taj univerzalistički i sveprožimajući karakter masovne kulture kao kulturalnog koda modernih društava, ukazuje i Edgar Morin, nazivajući je „duhom vremena“.

⁴³ Cf.: Valter Benjamin, *Eseji*, Nolit, Beograd, 1974, str. 121.

životne prakse, pre nego u intervenciji mašine u kulturni život ili višku slobodnog vremena samima po sebi.

Činjenica je da bi bez te intervencije mašine koju su mnogi autori skloni isključivo kritički da opserviraju, mnoga umetnička dela ostala potpuno nedostupna svojim adresatima. Često se, naime, zaboravlja da složena tehnička sredstva nisu potrebna samo radiju, filmu, televiziji, dakle savremenim medijima čiji značajan deo produkcije je u pogledu umetničkog i kulturnog nivoa sumnjiv i sporan, već i masovnoj proizvodnji i distribuciji knjige, na čijim se stranicama mogu objektivizirati i dela vrhunske umetničke ili naučne vrednosti. Hauzer (Hauser) skreće pažnju na to da je tehničiranje umetnosti staro koliko i sama umetnost. Da bi se izrazila, materijalizovala, svaka umetnička ideja mora koristiti neki tehnički postupak, neku tehničku napravu, bilo da je to kist, filmska kamera ili, recimo, kompjuter. To je nužnost sa kojom svaki umetnik mora računati, želi li da dovede svoju ideju u stanje u kojem ona postaje akceptibilna. „Lončarsko kolo neolitskog lončara bilo je već „mašina“, između njega i tehničke opreme umjetnika današnjih dana postoji samo graduelna razlika.“⁴⁴ Nije, dakle, mašina sama po sebi ono čega se treba plašiti. Ključna opasnost, precizira Mumford (Mumford), njen potencijalni perverzni trijumf leži u mogućnosti da ona postane osnova našeg svekolikog životnog iskustva. „U svesnijoj kultivaciji mesta i uloge mašine u umetnosti i u većoj selekciji njene upotrebe nalazi se jemstvo njene šire primene u kulturi. U osnovi te kultivacije mora biti neposredno iskustvo života kao takvoga; moramo neposredno gledati, osećati, dodirivati, manipulisati, pevati, igrati, komunicirati, pre nego što ekstrahujemo iz mašine bilo kakvu dalju podršku u životnim aktivnostima, pa i u aktivnosti umetničkog stvaralaštva. Ako smo nesprenni da počnemo sa tim, mašina će nas ostaviti još nesprennijim; ako smo pasivni i bespomoćni, ona će nas ostaviti još bespomoćnijima.“⁴⁵

I pojam standardizacije se često nekritički upotrebljava kada je reč o proizvodima masovne kulture i njihovom pseudo-umetni-

⁴⁴ Arnold Hauzer, *Filozofija povijesti umjetnosti*, Školska knjiga, Zagreb, 1977, str. 271.

⁴⁵ Lewis Mumford, „The Esthetic Assimilation of the Machine“, u: *A Modern Book of Esthetics*, cit. izd. p. 481.

čkom statusu. Bez ponekog elementa standardizacije, naime, ne može postojati ni jedno umetničko delo. I ono svoju materiju mora organizovati u nekoj, manje ili više standardizovanoj i stereotipiziranoj formi (roman, pripovetka, sonata). Ono što umetničko delo u tom pogledu razlikuje od proizvoda masovne kulture jeste gipkiji i fleksibilniji oblik standardizacije, odnosno veća umetnička sloboda u tumačenju principa standardizacije. S druge strane, principi oblikovanja produkata masovne kulture su strogi i neumoljivi, podređeni ukusu najšire publike, odnosno komercijalnom efektu.

Za Hauzera ni masa kao sociološka pojava nije istorijski *novum* savremenog doba, pa ni njihov ukus kao takav. Mase, „ti najniži, glineni i zemljani slojevi društva“ (Niče), danas su samo mnogobrojnije nego što su bile nekada, a njihov ukus je bio oduvek istovetan. „One nikada nisu bile sposobnije za rasuđivanje, nikada nisu imale samostalniji i pozdaniji ukus i nikada se nisu opirale tome da im se duhovna hrana prethodno prožvaće.“⁴⁶ Danas se, smatra ovaj autor, zbog nastupanja malograđanstva i industrijskog radništva kao umetničke publike, samo ponavlja dobro poznata pojava iz prošlosti. Slično stanovište Vajt izražava na sledeći način: „Još uvek nisam uspeo da pronađem bilo kakav čvrst dokaz da je prosečan čovek koji je živeo pre stotinak godina provodio svoje slobodno vreme čitajući Spinozu, slušajući simfonijske orkestre ili imao bilo kakve druge kulturne aspiracije...Radno vreme je iznosilo sedamdeset ili više časova nedeljno i samo najbogatiji i najprivilegovaniji su znali da svet umetnosti, muzike i pozorišta uopšte i postoji.“⁴⁷ Ako je masovna kultura doista stekla svojstva gospodara koji se više ne može tetirati kao gost, onda je razlog tome, kaže se, pre u razmerama njene masovnosti, odnosno masovnosti društva kome pripada, nego u njenim kvalitativnim svojstvima gospodara.

Loš kvalitet proizvoda masovne kulture je, dakle, posledica istorijskog susreta demokratizacije kulture i kapitalističke konkurentske ekonomije. Napetost između kulture elite i kulture masa, ne datira, međutim, ni od danas ni od juče. Opozicija prema višoj, umetničkoj kulturi pripadala je oduvek prirodi popularne umetnosti. „Participiranje u aktivnostima ‘visoke’ kulture nije jednostavno

⁴⁶ A. Hauzer, *Ibid.*, str. 276.

⁴⁷ D. M. White, *Ibid.*, p. 15.

stvar imanja više slobodnog vremena ili višeg životnog standarda od onog kojim su živeli naši očevi, ili, pak, pristupačnosti muzeja, biblioteka, obrazovnih televizijskih stanica. Reč je o tome da visoka kultura nije tako lako dostižna i prava je senzacija tvrdnja da su najveće prepreke gotovo opštoj potencijalnoj okrenutosti masa njoj dosadni, podmitljivi, trivijalni mass-mediji⁴⁸,⁴⁸ tvrdi Vajt. Ili, rečima Edwarda Šilsa (Shils): „Nijedno društvo nikada ne može dostići potpuni kulturni konsenzus; postoje prirodna ograničenja širenju standarda i proizvoda vrhunske kulture na društvo kao celinu.“⁴⁹ Očekivanje da će ta napetost jednom prestati, utopija je, „utopija dobrog ukusa“ (Kloskowska).

IV. Fenomen kiča u aksiološkoj perspektivi

Ekspanzija kiča u modernom, industrijskom društvu nije slučajna. Kič je, tvrdi Herman Broh, čulni odraz vremena, estetički refleks njegove etičke konstitucije. A moderno doba je, hajdegerovski rečeno, doba odbeglih bogova i zaborava onog bitnog, doba u kojem je zaboravljen i sam taj zaborav, odnosno iščezla svest o njemu. To je oskudno vreme noći sveta kojeg bi upravo umetnost mogla privesti onome bitnome, jer se istina toga bitnoga raskriva baš u njoj. Pseudoestetski stavovi karakteristični za većinu ljudi modernog doba opasni su stoga što, kako kaže Hartman⁵⁰ unose rastrojstvo upravo tamo gde se može naći i prepoznati, učiniti prozirnom suština osmišljavanja i ustanovljenja onoga bitnoga, kao dar i moć čovekova.

Svaka epoha rastakanja i prevrednovanja vrednosti, istovremeno je bila i doba ekspanzije kiča. Takve su bile epohe antičkog aleksandrizma, rimskog helenizma, takva je i savremena epoha, kojom se okončao proces dekonstrukcije srednjovekovne slike sveta. Kič u takvom dobu preuzima zadatke umetnosti, ali ih izvršava u skladu sa vrhovnom estetičkom maksimumom jednog pozitivističkog, antiplatonističkog sveta – „Lepo je ono što se dopada“.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 16.

⁴⁹ Edward Shils, „Mass Society and Its Culture“, u: *Mass Culture Revisited*, cit. izd. p. 63.

⁵⁰ Cf.: N. Hartman, *Ibid.*, str. 485.

„Kič-sistem zahtijeva od svojih pristalica ‘radi lijepo’, a sistem umjetnosti stavlja na čelo etičko ‘radi dobro’. Kič je zlo (das Böse) u vrednosnom sistemu umjetnosti“⁵¹, piše Broh. Onaj ko stvara kič nije neko ko stvara manje vrednu umetnost, niti je neko ko u tom, stvaralačkom smislu može manje ili ne može ništa. Na njega se uopšte ne mogu primjenjivati estetička merila. On je, pomalo emfatički zaključuje Broh, *etički* otpadnik, zločinac koji želi radikalno zlo. I, budući da je zlo koje se manifestuje u kiču, kako kaže Broh, radikalno zlo, zlo po sebi, koje je kao takvo povezano sa svakim sistemom vrednosti, ali kao njegov negativni pol, kič se mora identifikovati kao zlo ne samo sa stanovišta umjetnosti, nego i sa stanovišta svakog drugog vrednosnog sistema (Broh misli prvenstveno na etiku kao jedan od tih „vrednosnih sistema“) koji nije imitacioni sistem. Jer, onaj koji stvara samo radi lepog efekta, onaj radikalni esteta, smatraće da su za taj cilj dozvoljena sva sredstva i on će im bez ustezanja pribegavati. „I to je onaj gigantski kič što ga je Neron aranžirao u svome vrtu kada je uz vatromet zapaljenih hrišćanskih tjelesa svirao na lauti“⁵².

Svaki sistem, pa i sistem umjetnosti, može se podriti, depravirati, ako se spolja zahvata u njegovu autonomiju. Hrišćanstvo čiji su sveštenici prisiljeni da blagoslove topove i tenkove, podjednako tangira kič kao i pesništvo koje nastoji da ovekoveči omiljenog vođu. Takozvana „angažovana umetnost“, dakle, primer je tog spoljašnjeg podrivanja i depraviranja umjetnosti, spoljašnjeg zahvatanja u njenu autonomiju. No, veća od te je ona opasnost koju strukturalno, dakle, kao inherentnu mogućnost nosi svaki sistem, a to je da po dijalektičkoj nužnosti razvije svoj sopstveni anti-sistem, svoju sopstevnu negaciju. Opasnost biva tim veća što je mera sličnosti među njima ogromna, pa ih je stoga vrlo teško diferencirati. Kada je reč o umjetnosti i kiču kao sistemu i anti-sistemu, Broh predlaže kriterijum autentičnosti. Autentično je *differentia specifica* umetničkog, imitativno – kiča. Kič, naime, može u dlaku ličiti na umetnost, ali čak i kada je potekao od vrhunskih majstora, ono imitativno u njemu izbija u prvi plan.

Kič je, kao takav, u estetskom smislu reakcionaran fenomen. On podleže dogmatskom uticaju onoga što je već bilo, preuzimajući iz stvarnosti već oformljene sintagme koje se u njemu petrifikuju

⁵¹ H. Broh, *Ibid.*, str. 262.

⁵² *Ibid.*, str. 302.

do klišea, što dokazuje onu njegovu *nolitio*, „onaj njegov nedostatak dobre volje, ono njegovo otpadništvo od božanskoga stvaranja sveta vrednosti.“⁵³ Uprkos tome što je kao imitacioni sistem prisiljen da svaki svoj potez usaglašava sa pravom umetnošću, umetničko delo se kao takvo ne može metodski podražavati. Ono što se može podražavati to su samo najjednostavnije forme. Karakteristično je, smatra Broh, da se kič, baš usled pomanjkanja maštovitosti i inventivnosti, mora uvek iznova vraćati najprimitivnijim metodama. „Pornografija čije se stvarnosne sintagme, kao što je poznato, sastoje iz polnih aktova, najčešće se sastoji iz pukog niza ovakvih aktova, detektivski kič, opet, predstavlja niz u dlaku istih pobjeda nad zločincem, petparački roman takođe sačinjava puko nizanje istovetnih činova nagrađene vrline i kažnjenog poroka.“⁵⁴ To je onaj „kamen stereotipnosti“ (Horkhajmer & Adorno) kojim kič hrani svoje potrošače.

U kič-ostvarenjima sistemi asocijacija su automatski, svedeni na najfrekventnije grupe. Kič bi se, sugerira Mol, mogao meriti stepenom banalnosti svojih asocijacija. On je kao takav bestidan, ali ne samo u površnom smislu bestidnosti jedne erotske asocijacije kakvu budi neka kič-razglednica, već u jednom dubljem smislu bestidnosti koja grubo negira ono što je Broh nazivao tegobnom dijalektikom slobode čovekovog bića, nudeći „carski put do umetnosti“ (Kloskovska), put kojim se dospeva u neautentičnost, patvorenost, lažnost. Katolički teolog Egenter⁵⁵ je iz tih razloga kič dovodio u čvrstu vezu sa Satanom kao praocem laži.

Ne samo estetske, već i sve druge vrednosti imanentne jednom istinskom umetničkom delu, kič pokušava da dosegne na neadekvatan način. Tako, u nastojanju da prevlada smrt, tu apsolutnu ne-vrednost, ne-vrednost po sebi, on pribegava glorifikovanju i hipostaziranju života, ali u onoj njegovoj najtrošnijoj i vrednosno najspornijoj – hedonističkoj dimenziji. A upravo takav život kojem se kič stavlja u službu, najpodložniji je razornom radu smrti, upravo njega smrt najlakše potre i poništi kao da ga nikada nije ni bilo.

Razumevajući suštinu života, istinski umetnik nastoji da ga pretpostavi smrti njegovom stvaralačkom dimenzijom, dimenzijom

⁵³ *Ibid.*, str. 298.

⁵⁴ *Ibid.*, str. 300.

⁵⁵ Cf.: R. Egenter, *Kitsch und Christenleben*, Ettal, 1950. p. 82.

autentičnih vrednosti koje svojim transepohalnim trajanjem nadilaze kratku i prolaznu fizičku egzistenciju čovekovu.⁵⁶ Kiču izmiče suština života koliko i suština smrti. Stoga on i nije kadar da smrt spozna u njenom istinskom značaju za čoveka, već je tretira „na sporedan i anegdotski način iz potpuno krive perspektive, poput one koja se zapaža u kriminalističko-detektivskim romanima, sado-mazohističkim trilerima i filmovima, kao i u sličnim proizvodima nižega ranga.“⁵⁷

Kiču izmiče celina i smisao ljudskog univerzuma kao takvog. On do njih, štaviše, i ne drži, ali drži i hrani se njihovim idiličnim projekcijama (tehnika *happy end*-a u kojoj pravda, istina i dobrota uvek pobeđuju), ili njihovim horor-hipostazama (svet kao permanentni izvor zla, nasilja i brutalnosti). Njegov tvorac ne dospeva do spoznaje onog paradoksa ljudskog postojanja, one tragičke raspetosti čovekovog bića između snage i slabosti, veličine i bede. Jer čovek, tvrdio je Goldman, „živi u svijetu što je poput njega sačinjen od suprotnosti, od antagonističkih sila koje ratuju jedna protiv druge bez nade u primirje ili pobeđu, od elemenata koji se dopunjuju ali su trajno nesposobni da oblikuju celinu. Veličina je tragičnog čoveka u činjenici da on vidi i prepoznaje te suprotnosti i suprotne elemente u jasnom svetlu apsolutne istine.“⁵⁸ Kič se, međutim, obraća sretnom čoveku i „sretnoj svesti“ (Markuze), ili bar onoj koja je voljna da dovede sebe u stanje patvorene sreće, lagodnog i veselog samozaborava, mada bi, podseća Gic, pravo mesto čoveka trebalo da bude mesto stražara.

*

Kič uvek iskazuje jedan evidentan *defekat smisla*. Tako, recimo, poslastičarski kič-proizvodi Hrista, apostola i svete porodi-

⁵⁶ „Jedini valjan i autentičan kriterijum vrednovanja kulturnih produkata kakvi su umetnička dela, jeste njihova permanentnost u vremenu. Samo ono što opstaje kroz vekove, zaslužuje, u krajnjem, da se nazove objektom kulture.“, kategorična je Hanna Arendt. (Cf.: „The Crisis in Culture“, in: H. Arendt (ed.) *Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought*, Viking Press, New York, 1961, p. 202.

⁵⁷ Miloš Ilić: „Kič kao umetnička i duhovna tautologija“, predgovor za A. Mol, *Ibid.*, str. 34.

⁵⁸ Lisjen Goldman, *Skriveni bog*, BIGZ, Beograd, 1980, str. 223.

ce koji su napravljeni od čokolade, pojedeni izazivaju gastronomski užitak, što je u potpunoj suprotnosti sa njihovim nominalnim ciljem – izazivanjem religioznog zanosa. Isto bi se moglo reći i za igračke u obliku raspeća na točkovima, maramice ili kravate ukrašene slikom bogorodice. Tu je, dakle, na delu onaj Molov *princip neadekvatnosti* kao jedan od konstitutivnih principa kiča. Religiozni kič je, inače, jedna od najčešćih manifestacija kiča. „Religiozna umetnost se neprestano nalazi pod pretnjom kiča, nalazi se na njegovoj granici, a velikim delom mu i podleže“⁵⁹, tvrdi Mol. To je uglavnom stoga što u nju prodire onaj elemenat neadekvatnosti, nesaobraženosti sredstava kojima se služi cilju kojem teži (božanstvo u antropomorfnom obliku, anđeli u liku dečaka sa krilima...)⁶⁰.

Taj elemenat je vidljiv i u de-kontekstualizaciji umetničkog dela, odnosno njegovom izmeštanju iz autentičnog prostora u neki drugi, njemu potpuno neprimeren, što se dešava kada se neko veliko delo, kakvo je, recimo, Leonardova „Mona Liza“ upotrebi kao reklama za sir, kao čestitka ili ilustracija za oglas o izboru lepote. Neadekvatna je i upotreba umetničkog dela za ciljeve koji se razlikuju od izvornih, što se dešava, recimo, u kopijama od alabastera krivog tornja u Pizi. One, tvrdi Dorfles, nisu kič samo zato što su načinjene od drugog materijala, već pre svega zato što se u njima insistira na onoj devijaciji forme kao retkosti i atrakciji, čime je ceo kompleks Trga Čuda sveden na *curiosum*, na uprošćenu kič-imitaciju. Uopšte, svako insistiranje i potraga za kuriozitetima, karakteristična, recimo, za turiste na njihovim putovanjima po inostranstvu, izraz je sklonosti ka kiču i kičerskome.

Kičerski deluje i nesrazmernost dimenzija u odnosu na predstavljeni predmet, prepoznatljiva u onim primerima koje navodi Mol. „Trijumfalna kapija u obliku držača za ključeve, minijaturni slon od porcelena ili stilizovani ogromni miš od bronzne biće predmeti kiča... Isto tako, mikroskopski minhenski litrenjak za pivo od plastike koji se nosi na kravati ili privezak u obliku Asteriksa koji nosi ogroman kamen na držaču za ključeve.“⁶¹

⁵⁹ A. Mol, *Ibid.*, str. 73.

⁶⁰ Opširnije o tome u: Karl Pawek, „Christian kitsch“, u: Gillo Dorfles, *Kitsch, An antology of bad taste*, Studio Vista, London, 1963, p.p. 143-150.

⁶¹ A. Mol, *Ibid.*, str. 78.

U nastojanju da ostane u „sazvučju sa stvarnošću“ (Lukač), kič istovremeno odustaje od pokušaja da zahvati bilo šta od onoga što se nalazi s one strane pojavnog. „On se zadovoljava jednim u osnovi rudimentarnim opisom, ostajući na nivou konstatacije i registrowanja svakodnevnog svesti najbližih i najpoznatijih, ali u isto vreme i najtrivijalnih fenomena“⁶². U ambiciji kiča nije, dakle, da pojave dovede do sintetičkog totaliteta, da ih strukturise i transcendira u pravcu otkrivanja njihovih imanentnih vrednosti i značenja.

Odsustvo ambicija te vrste temelji se u težnji njegovog stvaraoca ka svakidašnjem, osrednjem, ka prosečnoj meri stvari koja neminovno vodi na zavodljive staze kiča. Iz takve težnje rađa se „čežnjiv pogled stvaraoca ka svetu banalnosti, njegov melanholični uzdah za prirodnošću i neposrednošću doživljaja, histerični ispadi i sklonost ka ekscesima svake vrste.“⁶³ Upravo to, ta preterana, odnosno izveštačena osećajnost jeste temeljna konvencija kiča, zbog koje i po kojoj kič-ostvarenje stiče svojstva neurotičkog dela koje falsifikuje stvarnost jer joj nameće i hipostazira kao takvu, jednu sasvim irealnu, sentimentalističku dimenziju.

Aksiološku nedostatnost kiča Agneš Heler (Heller) prepoznaje u tome što je on ne samo umetnost nižega nivoa, već umetnost čiji sistem normi i hijerarhija vrednosti ne izražavaju ništa supstancijalno, ništa *rodno* za čoveka toga doba. Kič je, dakle, pseudoumetnost koja na pogrešan način zadovoljava zahteve partikulariteta za uzdizanje na nivo rodnoga. „Kič ne uzdiže do stvarnih rodnih ciljeva, već do onih koji predstavljaju produženi san partikulariteta, tako da se produženi partikularitet okružava oreolom rodnosti. Zato je potres koji izaziva kič uvek pseudokatarza.“⁶⁴ Znatan broj autora je, imajući u vidu tu supstancijalnu razliku između kiča i umetnosti, tvrdio da odnos između njih nije odnos između manje ili više udaljenih tačaka jednog kontinuuma, odnosno da kič nije loša umetnost, već da on gradi sopstveni, u sebe zatvoreni

⁶² Sreten Gagić, *Kič i avangarda – kulturna korelacija i antiteza*, magistarski rad odbranjen na FPN u Beogradu, 1979, str. IV.

⁶³ Zoran Gluščević, *Mit, književnost i otuđenje*, Vuk Karadžić, Beograd, 1974, str. 102.

⁶⁴ Agneš Heler, *Svakodnevni život*, Nolit, Beograd, 1978, str. 197.

sistem koji, nalik stranom telu, stoji u čitavom sistemu umetnosti ili, preciznije govoreći, paralelno sa njim. Kič i autentična umetnost su, dakle, prema autorima sličnih stanovišta, nesamerljivi i inkompatibilni fenomeni. Većim delom svoga značenja, naime, termin „kič“ ne imenuje bezvredna dela sa estetskim pretenzijama, već jednu posebnu vrstu delatnosti na specifičnom nivou ukupne vrednosti. Postoji, tvrdi se, suštinska razlika između estetski neuspelog, ali *estetski* ambicioznog dela i jedne kič-tvorevine. U prvom slučaju banalnost je, tvrdi se, posledica neuspelog kreativnog napora da se ona estetski prevlada, a u drugom je rezultat nastojanja da se konjuktornije organizuje. Za stvaraoca je umetnost *modus* življenja i samoiskazivanja, za kič-mejkera njegova produkcija je samo profesionalno sredstvo izdržavanja i komercijalizacije. Stoga njegovim proizvodima ne treba pristupati estetski, niti očekivati od njih da zadovolje estetske kriterijume i potrebe. Ovome se razmišljanju ne bi imalo šta prigovoriti kada kič ne bi ispoljavao prikrivene, ali i otvorene pretenzije da fingira autentične estetske vrednosti, falsifikujući rezultate istinskih kreativnih napora potvrđenih stvaralaca.

Većina autora je saglasna u jednom – bez te pretencioznosti, bez tog raskoraka između želja i mogućnosti, kiča, zapravo, ne može ni biti. Poslednjih nekoliko decenija, doba neo-kiča, kako ga definišu sociolozi kulture, karakteriše, međutim, jedna drugačija tendencija. Produkcija kiča se otvoreno i jasno samoodređuje kao industrija, *bussynes*, dakle, ne-umetnost. Ona više uopšte ne mora nastupati kao umetnost, jer je istinu da je običan *bussynes* uzdigla na rang ideologije kojoj je svrha, kako kažu Horkhajmer i Adorno,⁶⁵ da legitimira kič koji se planski i ciljno proizvodi. To stanovište potvrđuje jedan raniji Gicov uvid da se proizvodnjom kiča ne bave diletanti, već rafinirani psiholozi masa sa jasnom svešću o kiču. Oni čak sistematski istražuju tehnike proizvođenja kičerskih doživljaja, iako nisu deo te mase za koju stvaraju, niti im se kič sam po sebi dopada. Povremeno, čak, štedro sponzorišu ono što smatraju istinskom umetnošću ali i dalje proizvode kič.

Dorfles samo takav, ciljno i planski proizvedeni kič, smatra pravim kičem. Tako shvaćen, kič se u Dorflesovoj optici morao

⁶⁵ Cf.: M. Horkheimer & T. W. Adorno, *Dijalektika prosvetiteljstva*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1974, str. 133.

ispostaviti fenomenom modernog doba. „Prije toga postojali su primjeri osrednje umjetnosti, djela epigona, sljedbenika majstora, djela koja nisu bila vrhunska, ali su ipak pripadala pravcima autentične umjetnosti“⁶⁶, kategoričan je Dorfles.

Ako bi se sa ovim Dorflesovim stavom u pojedinim tačkama i moglo sporiti, jedno je sigurno – stvaralaštvo prošlosti nije znalo za kultur-sistemske, dakle, planske i ciljno proizvođenje estetskih pseudovrednosti. Svojstva *bussynes*-a produkcija kvazi-umjetnosti i umetničkih surogata je, to je nesporno, stekla tek u moderno doba.

V. Antropološka estetika kiča

Malo je ozbiljnijih i značajnijih teoretičara kiča koji nisu uočavali i skretali pažnju na njegovu antropološku dimenziju. Svaki temeljniji istraživački napor vodi zaključku da se kompleksnost i multidimenzionalnost ovog fenomena ne može analitički savladati i apsolvirati kategorijama objektivistički orijentisane estetike ili, pak, sociologije kulture. Niti je kič samo određena predmetna datost koja iskazuje neosnovane pretenzije na status umetničkog, niti su za pojavu i masovnu produkciju takvih datosti odgovorne isključivo opšte kulturne okolnosti savremenih društava.

Stoga su se sve one, nazovimo ih *supstancijalističkim* definicijama kiča, koje su ga određivale pomoću formalnih osobina predmeta koje kvalifikujemo kao kič, ispostavile nedostatnim i redukcionističkim naspram onih drugih, *relacionističkih* definicija koje su ga posmatrale polazeći od specifičnog *odnosa* koji pojedinac uspostavlja sa tim predmetima. Kič-predmet, naime, samo kristalizira i čini ilustrativnim taj kič-odnos kao univerzalnu mogućnost ljudskog odnošenja prema stvarima. Kiča, drugim rečima, nema bez onog kič-čoveka, kako je Broh imenovao njegov psihološko-antropološki *conditio sine qua non*. Jer, upozorava Abraham Mol, čovek je merilo prema kojem je kič stvoren.

Stoga se u polazištu svoje analize Ludvig Gic opredelio za jedan subjektivistički pristup u čijoj osnovi je fiksiranje i dešifrovanje onih kičerskih činova i stanja svesti koja se mogu javiti u

⁶⁶ Gillo Dorfles, *Kitsch, Antology of bad taste*, cit. izd. p. 12.

kiču, ali i u istinskoj umetnosti. Kičer, dakle, i u istinskom umetničkom delu može pronaći „hranu“ za svoje sklonosti, zadovoljiti svoje estetske preferencije. U kiču je, dakle, više reč o kič-čoveku, a manje o kič-predmetu. Pritom je važno istaći da se „stanje svesti“ ovde ne shvata kao „situacija svesti“, već kao jedan meta-psihološki, totalni aspekt ljudskoga, otprilike onako kako je Niče shvatao „apolonijsko“ ili „dionizijsko“ stanje. Gic na taj način postavlja temelje za pristup kiču sa stanovišta *antropološke estetike* kao estetike kič-stanja. Taj objašnjavalački model posebno je primeren istraživanju kiča, jer su u kičerskom stanju odnosi subjekt-objekt na poseban način zamršeni. Naime, prividno objektivni predikati – sladak, lepljiv, penetrantan, egzotičan i slično – ispostavljaju se kao adjektivi onog specifičnog *inter-esse* predmetnosti i subjekta koji je doživljava, onog njihovog uzajamnog odnosa koji konstituiše svako estetsko iskustvo.

Stoga su sva ona tumačenja kiča koja zanemaruju tu njegovu subjektivnu dimenziju, makar i bila motivisana potrebom da se stane ukraj preteranoj difuziji pojma kiča, koja razgovor o njemu često odvođe na ivicu neobaveznog esejiziranja, teorijski preporna i teško održiva. Tako, na primer, Dešnerova (Deschnerova) teza o kiču kao umetničkoj slabosti, estetskom zastranjivanju, tehničkoj neuspelosti, može biti poreknuta jednostavnim uvidom da postoji mnogo tehnički neuspelog koje još uvek nije kič, kao što postoji i tehnički krajnje uspeo kič. Osobena svojstva kiča – penetrantnost, lepljivost, topljivost, nisu iz reda *tehnički* neuspelog.

Ni razlikovanje kiča i umetnosti na osnovu postuliranih različitih tipova doživljaja koje pokreću kod posmatrača, ne rešava do kraja problem kiča. To dolazi otuda što se i u umetnosti može uživati na kičerski način, fiksirajući se za onu neizbežnu brohovsku kap kiča u njoj, a neretko se i kič usvaja kao istinsko umetničko delo. Gic stoga pledira da se pojmovna polisemičnost i fenomenološki pluralizam kiča vežu za kičerska *stanja* kao jednu bazičnu, uvek aktivnu *antropološku mogućnost*. Osnovna odlika kičerskih stanja je njihova lažnost (Ničeov „osećajčić“, Hajdegerova „neautentičnost“, Jaspersova „egzistencijalna neiskrenost“), koja, pre bilo kakvog filozofskog artikulisanja, biva demistifikovana već na nivou svakidašnje komike, koja se temelji na svesti o lažnom životu i ironičnoj distanci naspram njega.

Specijalistički estetički pristup koji na kič gleda kao na an-

titezu umetnosti, uglavnom promašuje ono specifično u kiču što je latentna mogućnost i same umetnosti. Gic stoga pledira za jedan širi pojam kičerskoga uopšte, za tretetiranje kičerskih objekata kao sedimenata kičerskih stanja, odnosno podsticaja za takva stanja. Kičerska svojstva pojedinih proizvoda shvaćena kao njihova tehnička nevičnost koja može ali, podvlači Gic, ne mora delovati kičerski, za njega su samo od sekundarnog značaja. Gic se, dakle, zalaže za jedan kompleksniji i fleksibilniji pojam kiča od onog koji se pretpostavlja u manihejskjoj alternativi kič-umetnost.

Izvesnu mogućnost za diferenciranje umetnosti i kiča Gic vidi u razlikovanju *uživanja* u umetnosti od kičerskog *osećanja*. Uživanje kao takvo je uvek određeno objektom uživanja, ono u tom smislu pokazuje izvesnu specifičnu imanentnost. Estetsko uživanje kao posebna vrsta uživanja podrazumeva, međutim, izvesnu distancu, ono, za razliku od svakog drugog uživanja, uključuje i čin zauzimanja *stava*, kojim se transcendirira pasivno uranjanje bez ostatka koje se dešava u pukom uživanju. Nadalje, umetnički predmet kao predmet estetskog uživanja se u činu uživanja osamostaljuje od subjekta uživanja, koji u estetskom stavu⁶⁷ postaje indiferentan prema njegovoj faktičkoj egzistenciji. Sud ukusa kao intelektualna, dakle, supra-uživalačka instanca u recepciji umetničkog dela, isključuje interes za egzistenciju predmeta o kome sudimo. U njemu se, tvrdi Kant,⁶⁸ prosuđuje na osnovu čistog posmatranja, odnosno opažanja ili refleksije opažanja. Jedino predmet takvog, bezinteresnog dopadanja može se nazvati lepim.

Sud ukusa je, dakle, isključivo kontemplativan, onaj, naime, koji svojstva jednog predmeta povezuje samo sa osećanjem *estetskog* zadovoljstva ili nezadovoljstva. Svaki sud o umetnosti u koji se meša ma i najmanji interes, pristrasan je i kao takav ne predstavlja sud ukusa. Odupreti se kič-doživljaju znači, dakle, pristati na *odsustvo interesa* u susretu sa jednim umetničkim delom, kojem pristupamo kao objektiviziranoj vrednosti, nezainteresovani za osećanja koja bi ono moglo pokrenuti u nama. Jer svaki sud ukusa kome su radi dopadanja potrebne primese draži i ganuća, koji ih, štaviše,

⁶⁷ O specifičnosti estetskog stava naspram svih drugih stavova prema predmetnom svetu opširnije u: John Hospers, „The Esthetic Attitude“, u: *A Modern Book of Esthetics*, cit. izd. p.p. 396-407.

⁶⁸ Cf.: Imanuel Kant, *Kritika moći suđenja*, BIGZ, Beograd, 1991, str. 96.

pretvara u merilo svoga odobravanja, još uvek je predestetski. Onda kada se draži i ganuća izdaju i usvajaju ne samo kao doprinos opštem *estetskom* dopadanju, već kao lepota po sebi, tada se, za-pravo, materija dopadanja izdaje za formu.⁶⁹

Ono što je *differentia specifica* estetskog uživanja u odnosu na ostale tipove stanovišta u kojima se takođe iskazuje indiferentnost prema postojanju predmeta, sadržano je u njegovom karakteru *igre*. Fikcionalizam igre, njeno „kao da“, analogon je nezainteresovanosti estetskog uživanja prema egzistenciji predmeta. Zajednički im je, takođe, i momenat dobrovoljnosti. I ulazak i izlazak iz estetske sfere, odnosno sfere igre su neprisilni činovi. Subjekat može izabrati napuštanje estetske distance i zapasti u ne-estetsko, čisto uživanje, kao što se može opredeliti i za deziluzionisanje igre. Na njemu je da izabere ostajanje na nivou zainteresovanosti ili njeno poništenje i priklanjanje nezainteresovanom stavu. Kič-čovek bira ono prvo, on, dakle, zaizima poziciju *zainteresovanosti* za umetničko delo kome pristupa očekujući da ono pokrene u njemu određena osećanja, odnosno *raspoloženja* kao kompleksnija osećajna stanja. Ingenioznost kičerskog oka sastoji se upravo u tome, u otkrivanju tih kičerskih, dirljivih aspekata umetničkog dela ili stvarnosti same. Osnovnu funkciju kiča Gic i vidi u tom de-demonizovanju života, u prvom redu njegovih tragičnih aspekata, onih jaspersovskih „graničnih situacija“ (bolesti, nedaće, smrti, rata), koje kič preobraća u dirljivu, romantizovanu idilu.⁷⁰ Jer kič-čovek je u stalnom nastojanju da umakne tragičnosti zbiljske egzistencije, koju radije prihvata u formi njenih retuširanih, idiličnih surogata. Vredelo bi u tom smislu razmotriti semantičku vrednost tekstova takozvane novokomponovane narodne muzike, pseudoumetničkog specifikuma naših prostora, koji poslednjih godina doživljava snažnu ekspanziju, ili, recimo, grobljansku arhitekturu našeg vremena, spomeničke epitafe, sadržaje novinskih čitulja i slično.⁷¹ Ali ta uporno zao-

⁶⁹ To se dešava, recimo, u samoopravdavajućem argumentu porno-kiča, kojim se argumentom nago žensko telo kao izvor seksualnih draži proglašava „najlepšom stvari na svetu“.

⁷⁰ O smrti kao graničnoj situaciji i ritualima koji je prate kao snažnom uporištu kiča uporedi: Đilo Dorfles, *Ibid.*, p.p. 133-136.

⁷¹ O tome opširnije u: Ivan Čolović, *Divlja književnost*, Nolit, Beograd, 1985. Dragocen prilog izloženoj tezi pruža i neočekivano iskreno, nedavno javno izrečeno priznanje doskora prvog čoveka najmoćnije medi-

bilažena tragičnost života vraća se kič-čovjeku kao tragičnost simuliranog, neautentičnog života, kakav on bira umesto istinske ljudske egzistencije sa njenim golemim bagažom nedaća i „graničnih situacija“. Od umetničkog dela takav čovek očekuje da bude dirnut njime, pa čak i da uživa u sopstvenoj dirnutosti. A estetičko dopadanje, upozorava Hartman⁷² nije u sebe okrenuto osećanje dirnutosti, niti je estetsko uživanje samouživanje. Naprotiv, tamo gde se ono završava u samouživanju, tu više nije reč o estetskom uživanju, a osećanje za *umetničku* vrednost predmeta tu se sasvim zatamljuje. Samouživanje je estetski perverznan stav koji deluje razorno na estetske vrednosti dela. Stoga sva težina *estetičkog* osećanja prijatnosti leži na njegovoj objektivnoj strani, odnosno u onoj njegovoj dimenziji koja ukazuje na vrednosti.

*

U kičerskom stanju ukida se distanca između subjekta i objekta bez koje nema autentičnog estetskog doživljaja, njihov odnos dobija karakter stopljenosti, sjedinjenosti, osmoze. Ta činjenica obezbeđuje kiču penetrantnost i lepljivost kao njegova temeljna strukturalna svojstva, zbog čijih ekspanzionističkih tendencija kič i jeste postao u određenom smislu „svetska sila“ (Kelerer). Gic to naziva podatnom dostupnošću kiča, njegovim apelom na prihvatanje, efektom „ulovi me!“: „Za razliku od ‘opore’, ‘hladne’, ‘nepristupačne’ umetnosti, razbludnost, egzibicionizam kiča očituje se već u njegovom fenomenološkom karakteru *izlaženja u susret*, a ne tek na tematskom planu, na planu iskaza“.⁷³ Na drugom mestu on to naziva strukturalnom nečistoćom kiča koja podjednako karakteriše i kičersko doživljavanje i njegove konkretizacije. On

jske kuće na ovim prostorima da je neposredno pre i u toku ratnih zbivanja, svoj programski koncept bazirao upravo na forsiranju tzv. novokomponovane narodne muzike i umetnički bezvrednih anglo- i hispano-američkih televizijskih serija-takozvanih „sapunskih opera“ (*Dinastija, Dalas, I bogati plaču, Divlja ruža, Kasandra...*) Obrazloženje je glasilo-trankvilizujućim efektima tog dela programa trebalo je amortizovati depimirajuće efekte njegovog informativnog segmenta u kome su dominirale katastrofične slike društvene zbilje, svakodnevice u kojoj se živelo.

⁷² Cf.: N. Hartman, *Ibid.*, str. 83.

⁷³ L. Gic, *Ibid.*, str. 81.

dopušta da i objekti igre sadrže izvestan apel, ali je aktivnost na koju oni pozivaju spontana i sa distancirajućom svešću o igri.

Gomilanje sinestezija, onaj Molov princip čulnog totalitarizma kao glavno svojstvo tehnologije kiča, odaje bazičnu nesigurnost kič-čoveka, njegovu potrebu da na taj način maksimalno osigura svoje uživanje koje i sam identifikuje kao neautentično, patvoreno. Sociološke odrednice kiča kao „jeftinoga“ Gic tumači upravo u tom, psihološkom ključu – kao jeftinoću stanja doživljavanja, budući da je duševno ulaganje u akt njegove recepcije besprizorno malo. Ili, kako bi rekli Horkhajmer i Adorno⁷⁴, proizvodi kiča mogu računati s tim da čak i u stanju rastresenosti budu budno konzumirani. Njihovi konzumenti, tvrdi Melvin Tjumin (Tumin)⁷⁵, na istinsku kreativnost gledaju sa sumnjičavošću i nepoverenjem, zato što ona podrazumeva, iznad svega, različitost, netoleranciju prema osrednjosti i insistiranje na postizanju ličnog identiteta

Sve ovo još uvek ne znači da je ono estetsko u suštini subjektivne prirode. Njegova bit je, upravo suprotno, izlaženje iz sebe, susretanje nečeg Drugog, makar ono bilo shvaćeno i kao ekstrapolacija subjektivne svesti, jer i ta odredba ukazuje na intencionalnu usmerenost doživljaja ka nečem ne-subjektivnom što je od konstitutivnog značaja za estetsko iskustvo u celini. Kod kičerskog doživljavanja ta intencionalnost svesti, ta težnja ka transcendiranju svoga Ja i njegove potrebe za osećanjima, biva redukovana na najmanju meru. Tendencija ka „dobrom“, „svetom“, „patriotskom“, naknadno ugrađena u kič, izraz je potrebe za *a posteriori* intencionalnošću kojom će se donekle iskupiti za onu primarnu osećajnost koja teži zatvorenosti, samodovoljnosti, imanenciji. Reč je o onome što Gic naziva *alibijem slobode*. Prividno iskrenim i aktivnim usmerenjem ka vrednostima i idealima kao činom slobode koji bi morao, ukoliko je doista iskren, da rezultira razaranjem one imanencije pukog uživanja (a upravo to u kiču izostaje), kič ustvari iskazuje nedovoljno samopouzdanje i tako se, u krajnjoj konsekvenci, samoopravdava. On simulira transcendirajuće činove slobode, „predstavlja se plemenitim, skrušenim, patriotskim, tobože zastupa istinu, lepotu i uzvišenost, ali sve to čini na kičerski način, što znači da se ideal izopačuje u svoju suprotnost, naime, sračunato

⁷⁴ Cf.: M. Horkheimer & T. W. Adorno, *Ibid.*, str. 133.

⁷⁵ Melvin Tumin, *Ibid.*, p. 555.

postaje predmetom naslade.⁷⁶ Transcendencija koju nudi kič, drugim rečima, uvek je pseudotranscendencija. „Jeftinoća“ konformističkog ukusa (onog koji preferira kič nad istinskom umetnošću) sastoji se u „jeftinoći“ uživanja u tim, po sebi „skupim“ idealima i vrednostima. U tome Gic vidi fundamentalnu neistinitost kiča, pre nego u njegovim tehničkim nedostacima.

Imanencija svesti je, dakle, u kiču dominantna. Kič nas vraća sebi, on nas uljuljkuje, obuzima, ispunjava. Ona estetska distanca bez koje nema umetničkog doživljaja, u kičerskom doživljaju biva potisnuta u korist osećanja prijatnosti, ganutosti, uzbuđenosti. Onome ko u njemu kičerski uživa, umetničko delo je samo povod za takva stanja, a ne vrednost po sebi. Stoga „prijatno“ kao osnovna odredba konformističkog ukusa (onog koji preferira kič nad istinskom umetnošću) prethodi u evoluciji ukusa estetički relevantnim tipovima ukusa čije odredbe Kant identifikuje kao „lepo“ i „uzvišeno“. Konformistički ukus kao takav je predestetički tip ukusa.

I Gic poput mnogih drugih autora smatra da je potreba da se deklarirše kao umetnost konstitutivno svojstvo kiča i krupan dokaz njegove estetske nedoraslosti. Vredan pažnje je, međutim, po Gicom mišljenju, kič koji zadržava distancu prema samom sebi i tako se svesno samorelativizuje i samoprevazilazi. Na taj način se, naime, ozbiljno ugrožava ona osećajna samodovoljnost i solipsizam kiča, ona emotivna „ušuškanost“ i sklonost ka familijarizovanju bez koje on u suštinskom smislu i ne postoji. To poigravanje kičem i njegovo kritičko savladavanje Dorfles prepoznaje u nekim delima pop-arta, mada s pravom upozorava da je prilično teško razlikovati slučajeve u kojima se to dešava, od onih u kojima ta *self-consciousness* kičerskog, to njegovo „nadigravanje“ i umetničko transponovanje izostaju. Jer, ironična distanca koju umetnik zauzima naspram kič-tvorevina još uvek ne garantuje i estetsku distancu bez koje nema umetnosti. Ali je jedno nesumnjivo – ironična distanca snažno podriava onaj osećajni solipsizam kiča, odnosno onoga ko ga usvaja, onu njegovu samodovoljnost i imanentnost njegove svesti.

Ova meta-estetička i meta-sociološka koncepcija kiča kakvu nudi Gic, dozvoljava mu da njegovo fenomenalno područje proširi na ljudsko postojanje u svim njegovim oblicima. „Ne postoji samo

⁷⁶ L. Gic, *Ibid.*, str. 82.

kičerska kvazi-umetnost, već i kičersko ponašanje, samodoživljavanje, ukratko – život u znaku kiča.⁷⁷ Ona lakoća sa kojom se termin kič iz sfere likovnih umetnosti u koju je najpre bio situiran, proširio na ostale oblasti, bila je omogućena upravo činjenicom da je on nešto više od puke tehničke manjkavosti, da je, štaviše, obeležje jedne kompleksne strukture ljudskog doživljavanja u celini. Kič kao pseudoumetnost je, ponovimo to, samo *predstavljaje*, opredmećivanje, konkretizovanje kičerskog. Ono se kao „mogućnost ljudskoga“ ospoljava i u drugim, ne-umetničkim sferama života, kakva je, recimo, politika. Jer, kaže Gic, „sa estetske distance koju kao posmatrač mogu da zauzmem, na mene će kičerski delovati milosrdni gest državnika i to zato što taj gest vidim kao da sam sebe prikazuje, nudi uživanju.“⁷⁸

*

U skladu sa osnovnom tezom svoje koncepcije kiča, Gic odgovara i na ustaljeno pitanje o nepravosti materijala u kome kič „radi“. Tu nepravost Gic, naime, vidi u odsustvu transcendencije ka vrednostima, u probijanju materijala u prvi plan, u njegovoj samosvrhovitosti. Estetska „jeftinoća“ podrazumeva upravo to, a ne ovakvu ili onakvu kakvoću materijala. Popularizacijom klasičnih umetničkih ostvarenja (filmskom obradom velikih romana ili drama, recimo) ukida se taj momenat nadilaženja, transcendiranja, bez kojeg nema autentične umetnosti. To je pokušaj „da se mase zabave nečim što je bio autentični kulturni proizvod, da ih se ubedi da Hamlet može biti isto toliko zabavan koliko i *My Fair Lady*... Postoji mnogo velikih stvaralaca koji su nadživeli vekove,

⁷⁷ *Ibid.*, str. 113.

⁷⁸ *Ibid.*, str. 113.

Takve milosrdne gestove „državnici“, i aktualni i pretendenti na taj status, iskazuju uglavnom prema deci, bolesnicima, radnicima, ratarima, dakle deprivilegovanim društvenim grupama čija je egzistencijalna situacija gotovo idealan okvir za demonstriranje ali i pobuđivanje lažne sentimentalnosti, jedne od, kako smo videli, ključnih konvencionalnih komponenti kičerskog ponašanja i doživljavanja, isto onoliko koliko i njegovih opredmećenja. Tim gestovima politički aktivisti pribegavaju uglavnom u toku predizbornih kampanja, što potvrđuje i politički život na našim prostorima poslednjih godina.

ali je još uvek otvoreno pitanje da li će se pokazati sposobnim da nadžive zabavne verzije svojih zaveštanja⁷⁹, piše Hana Arendt.

Svestan mogućnosti da se kičerski doživi i autentična umetnost, savremeni umetnik, naročiti umetnik reči, svesno zaobilazi rizičnu zonu lepog i otvara svoju umetnost za uticaje iz estetski sasvim neutralnih sfera kakve su filozofija, psihologija, antropologija. Moderna umetnost tako, zapaža Dejna Polejn (Polan) „na izvestan nažin ponovo insistira na težini, težinom inače prebogate ozbiljne, ‘teške’ umetnosti.“⁸⁰ Umesto za nadvladavanje kiča koje ne može obezbediti recepciji sopstvenog dela kod njegovih primalaca, on se opredeljuje za takvu de-estetizaciju svoga delanja koja ga lišava obaveze da o kiču uopšte i razmišlja.

U savremenoj književnosti je stoga na delu svojevrсна metafizika nelagodnosti, teskobe, anti-raspoloženja (strepnje, dosade, gađenja) proistekla iz kritičkog i polemičkog stava umetnika prema kič-produkciji čija je prevashodna intencija da provocira raspoloženja (što se, kako smo videli, postiže elementima dirljivog, sentimentalnog, gigantskog). To je ono što Vatimo (Vattimo) naziva samoubistvom iz protesta: „Protiv kiča i masovne, manipulisane kulture, estetizacije na niskom nivou, umetnost je često reagovala tražeći utehu u aporetičkim stavovima, poričući elemente neposrednog uživanja u delima – njihov „gastronomski“ aspekt – odbacujući komunikativnost, birajući jednostavno tišinu.“⁸¹ No, takav gest umetnika može biti motivisan i nekim drugim razlozima. Umetnost jednog otuđenog sveta koga razdiru antagonizmi, koji je samo jedan razbijeni totalitet, i ne može činiti ništa drugo, ukoliko želi da bude na visini svoga istorijskog zadatka, nego, kako kaže Adorno, izražavati taj rascep i nesklad u čoveku i svetu. Ona u jedinstvu tradicionalnog umetničkog dela otkriva nešto nasilno, nereflektovano i prividno, „tip jedinstva koji je moguć samo po cenu gušenja i razgraničenja od onoga što je dispartatno, što se ne može integrisati, što je prećutano i potisnuto“⁸², piše Albreht Velmer (Wellmer).

⁷⁹ Hannah Arendt, „Society and Culture“, u: *Mass Culture Revisited*, cit. izd. p. 99.

⁸⁰ Dana Polan, „Postmodernism and Cultural Analysis Today“, u: *Postmodernism and Its Discontents*, cit. izd. p. 50.

⁸¹ Đani Vatimo, *Kraj moderne*, Svetovi, Novi Sad, 1991, str. 58.

⁸² Albreht Velmer, *Prilog dijalektici moderne i postmoderne*, Svetovi, Novi Sad, 1987, str. 27.

Otvorene forme moderne umetnosti odgovor su emancipovane estetske sveti na to prividno i nasilno fingiranih smisaonih totaliteta koje nudi tradicionalna umetnost. Tako umetnost moderne, izražavajući tu novu epohalnu situaciju čoveka i njegovog sveta, u najvećem stepenu je, kao njena samosvest, i prevazilazi.

Taj „faktor neuravnoteženosti i anomalije“ (Dorfles), to osećanje apsurdna, besmisla i teskobe ljudskog postojanja koje se uvlači u dela moderne umetnosti zajedno sa onim elementima disimetrije, disharmonije, disritmije kao njenim novim ekspresivnim konstantama⁸³ nije, ipak, istorijsko-umetnički *novum* našeg vremena. Taj fenomen Dorfles prepoznaje i u umetnosti starih civilizacija u periodima njihovog opadanja, umetnosti koja je takođe sadržavala taj etički „faktor uznemirenja“. Upravo ta dimenzija čini modernu umetnost nepopularnom, neprimerenom estetičkim preferencijama masa, koje se stoga još odlučnije okreću kiču koji privlači obećanjem sreće, lagodnosti, konfora. Jer, „kič je zdrav, pošteđen svih grešnih preterivanja apsolutne umetnosti“, podseća Mol. On nudi „unapred garantovanu harmoniju“ (Horkhajmer & Adorno), koja se izruguje s mukom i golemim umetnikovim naporima izborenoj harmoniji istinskog umetničkog dela. Izgleda da je Tojnbi (Toynbee) bio u pravu kada je svojevremeno upozoravao: „Ezoterizam ima svoju Nemezis (božanstvo koje oličava božansku pravičnost, koje nagrađuje dobro a kažnjava zlo; prim. M. R.). Nemezis je činjenica da kada umetnici stvaraju samo za sebe same ili određene, uske krugove, prezirući pritom publiku, publika uzvraća ignorancijom ezoteričnih umetnika, a na ovaj način nastao vakuum ispunjavaju šarlatani.“⁸⁴

Za razliku od dela avangardne umetnosti, kič ostvarenja sama idu ususret publici. Ona prva, naime, ne traže publiku, jer daju odgovore koja postavlja sama umetnost, zamišljena nad sopstvenom budućnošću, pre nego publika kojoj se obraća. Perspektiva je sama išla u susret Sezanu, a Šenbergu tonalitet, smatra Difren (Dufrenne). Takva dela, međutim, pre ili kasnije počinju da vrše presudan i dugotrajan uticaj na stvaralačku praksu, pa i na ukus

⁸³ Opširnije o tome u: Đilo Dorfles, *Pohvala disharmoniji*, Svetovi, Novi Sad, 1991.

⁸⁴ Arnold Toynbee, „Art: Communicative or Esoteric?“, u: *On the Future of Art*, The Viking Press, New York, 1970, p.18-19.

publike. No, može se desiti da publika stigne prekasno, „a svi umetnici nemaju strpljenja ili toliko sredstava za život da iščekuju priznanje koje katkad dobijaju tek posle smrti. Zato prvenstveno i postoje dela koja sama idu ususret publici, koja nastoje da joj se dopadnu i da odgovore na njena očekivanja“⁸⁵, zaključuje Difren.

Možda se ekspanzija kiča u savremenom dobu hrani i epohalnom nesklonošću umetnosti koja više ne može, kako je tvrdio Hegel, da zadovolji najviše potrebe duha, jer su te potrebe racionalne, umne prirode. Umetnost koja istinu, tu stvar uma *par excellence* prezentuje u čulnom obliku, zaostaje kao takva za ostalim sferama duha (nauka, filozofija), u kojima je istina prisutna u mnogo neposrednijoj, direktnijoj formi i, što je možda još presudnije, bez balasta čulnog na sebi. Stoga čovek modernog doba, čak i onda kada se obraća umetnosti a ne nauci ili filozofiji, biva zainteresovan za onu njenu čulnu, sadržinsku, u krajnjoj instanci ne-estetsku dimenziju (od „Braće Karamazovih“ ili „Rata i mira“ usvaja se i pamti samo fabula, radnja, „siže“, ukoliko se moderni konzument uopšte odluči za literarnu a ne filmsku verziju ovih dela u kojoj se do onog do čega je njemu stalo dolazi mnogo brže, odnosno prekim putem). U tom pogledu se sudbina istinskih umetničkih dela malo razlikuje od sudbine kič-ostvarenja, što implicira zaključak da receptivna struktura savremenog čoveka tesno korespondira sa onim Brohovim „kitsch-menschom“, koji čak i umetničkom delu pristupa na kičerski način, sa onim apriornim ne-estetskim konstitutivnim klišeom. Čak ni savremeno umetničko delo, uočava Sreten Petrović,⁸⁶ iako uveliko lišeno sadržinskog, predmetnog sloja, ne odjekuje na estetskoj ravni kod onih sa kojima komunicira, jer je ta ravan ideološki i sociološki snažnim razlozima blokirana, već na jednoj drugoj, onoj, naime, koja je pre svega utilitarna i zainteresovana. Za modernog čoveka nije više ni bitno da li se radi o remek-delu ili drugorazrednoj tvorevini, već da li je ona funkcionalna na pragmatičkoj ravni doživljaja, do koga je savremenom recipijentu uglavnom jedino i stalo u tom estetski pervertovanom opštenju. Moderni umetnik na to odgovara potpunim ukidanjem čulne, predmetne, sadržinske dimenzije svoga dela (nefigurativno slikarstvo,

⁸⁵ Mikel Difren, *Umjetnost i politika*, Svjetlost, Sarajevo, 1982, str. 100.

⁸⁶ Cf.: Sreten Petrović, *Estetika i sociologija*, Naučna knjiga, Beograd, 1989, str. 373.

atonalna muzika, pozorište pokreta...), što okreće mase kiču još snažnije nego ona atmosfera antiraspoloženja u delima moderne umetnosti koja još uvek ostaju pri figuraciji, fabuli, „sižeju“.

U modernoj umetnosti je, dakle, redukovan na najmanju moguću meru, ako već nije sasvim ukinut, komunikativni, semantički elemenat, izostala mimetička, ikonička svojstva, potrošeno metaforičko značenje. Delo modernog umetnika nije više, kako bi rekao Difren, proizvod jedne zaumne, iracionalne prakse, već *teorija* jedne sistematske prakse. Tako sa modernom umetnošću elitizam profinjenog ukusa biva smenjen elitizmom pouzdanog znanja. Zato će manifesti, tekstovi, rasprave, predgovori katalogima od početka XX veka postati redovan deo umetničke aktivnosti modernog umetnika koji se više ne zadovoljava pisanjem romana i slikanjem slike, već počinje i da *objašnjava* publici značenje svoga rada, postaje *teoretičar* svoje prakse. To je ona „diskurzivna izraslina“ na telu moderne umetnosti. „To nije protivrečnost, to je strogi korelat jedne individualističke umetnosti oslobođene svake estetske konvencije, koja samim tim zahteva ekvivalentnu vrednost svojevrsne mreže čitanja, dodatke o načinu upotrebe.“⁸⁷ Ali, takva umetnost poziva i onog kome se obraća na jednu drugačiju, krajnje personalizovanu recepciju. Posmatrač je, naime, pozvan da saraduje na delu, da bude ko-autor. Lipovecki se spori sa Ekom koji je smatrao da je sa-učestvovanje recipijenta nužno zato što su višeznačnost, multidimenzionalnost postale nove estetske vrednosti, novi estetski ciljevi. Moderno umetničko delo je po Ekovom mišljenju nastalo s autorovim predumišljajem na višeznačnost i neodređenost, ono je, dakle, hotimično i ciljno sazđano kao takvo. Slično stanovište prepoznajemo i u sledećim Grinbergovim rečima: „Sa avangardom šok, skandal, senzacija, mistifikacija, postaju prihvaćeni kao ciljevi za sebe i nisu više omalovažavani kao početni, sporedni efekti umetničke novine koji se polagano troše i nestaju. Sada ovi, dotad sporedni efekti, bivaju namerno i svesno ugrađeni u umetnost.“⁸⁸ Sloterdijk to naziva estetskim načelom, estetskom strategijom šoka kao nosioca raporta publici nove umetnosti.⁸⁹

⁸⁷ Žil Lipovecki, *Doba praznine*, cit. izd. str. 86.

⁸⁸ Clement Greenberg, „Counter-Avant-Garde“, u: *A Modern Book of Esthetics*, cit. izd. p. 434.

⁸⁹ Cf.: Peter Sloterdijk, *Kopernikanska mobilizacija i ptolomejsko razoružanje*, Svetovi, Novi Sad, 1988, str. 16

Lipovecki, međutim, smatra da je višesmislenost pre uzgredni rezultat nego planirani efekat, ona je posledica nove umetničke problematike proistekle iz jednog novog koncepta umetnosti, njenog mesta i zadatka u savremenom dobu.

Ti procesi u modernoj umetnosti o kojima govore gotovo svi njeni ozbiljniji teoretičari, iz današnje perspektive čine se ireverzibilnim, budući da su se svi radikalni pokušaji komunikacijske obnove umetnosti (umetnost nacizma i socijalističkog realizma su najradikalniji među njima) pokazali kontraproduktivnim, jer su uglavnom rezultirali delima vrlo niske umetničke vrednosti ili, pak, završavali u sferi čistog kiča. Komunikacijsku i ideološku ulogu umetnosti danas preuzimaju mediji, a umetnost je izgubivši neka stara stekla nova svojstva koja, po Dorflesovom mišljenju, pripremaju put jednoj novoj koncepciji života i uljuđenosti. Ovaj autor ne spori da se savremeni život otrgao ispod dominacije umetnosti, čak i kada je reč o visokokultivisanim osobama (naučnicima, umetnicima), koje se javno deklariraju kao nepokolebljivi pobornici prave umetnosti, dok su privatno okruženi eklatantnim primercima kiča. „Drugim rečima, umetnost o kojoj se razmišlja, koja se studira, za koju se veruje da je poštovana, nije više ona koja nas okružuje, koja se miješa sa našim svakodnevnim životom.“⁹⁰ Umetnost svakodnevnog života je prvenstveno u funkciji zabave koju Dorfles smatra vrlo značajnom za zdrav i razborit ljudski život. On ukazuje na, po njegovom mišljenju ekvivalentnu komponentu i u nekim drugim manifestacijama ljudskog duha kakve su nauka ili religija, recimo.

Tu činjenicu konstatuju i Horkhajmer i Adorno: „Fuzioniranje kulture i zabave danas se ne odvija samo kao depravacija umjetnosti, nego ujedno i kao nužno produhovljavanje zabave.“⁹¹ Istinska umetnost, međutim, samo kao „otuđena“, kao ona koja transcendirira postojeću realnost i njene principe i zahteve, pa i zahtev za lakom zabavom, postiže sublimaciju nagona, onu aristotelovsku katarzu kod onih kojima se obraća. Inkorporiranje umetnosti u kuhinju, dnevnu sobu, kancelariju ili supermarket, jeste akt de-sublimacije, nadomještanja posredovanog zadovoljstva neposred-

⁹⁰ Đilo Dorfles, *Oscilacije ukusa i moderne umjetnosti*, Mladost, Zagreb, 1963, str. 73.

⁹¹ *Ibid.*, str. 155.

nim. To je desublimacija s „pozicije snage“, praktikovana, kako tvrdi Markuze⁹² u društvu koje sebi može dozvoliti da pruži više nego ranije jer radosti koje ono pruža proizvode društvenu koheziju i zadovoljstvo. Na delu je, dakle, kategoričan je on, „sramno sjedinjenje estetike i zbilje.“

Bilo kako bilo, estetizovanje je postavljeno u sam temelj građanskog društva. U njemu je, tvrdi Fric Haug, položeno to da ono stalno proizvodi, s jedne strane, potrebu za legitimisanjem onih koji vladaju, s druge strane, potrebe onih kojima se vlada, „a kojima je zajedničko da unutar kapitalističkog sistema i od strane kapitalističkog sistema mogu samo prividno da budu zadovoljene – a to znači, pored ostalog, posredstvom estetizovanja.“⁹³

VI. Zaključno razmatranje

Da li je kič skriveni porok, „nežan i sladak porok“, kako ga je određivao Mol (a ko može da živi bez poroka, pita se ovaj autor), ili je on domen najevidentnijeg raslojavanja vrednosti i delovanja zla u svetu, a onaj ko ga stvara etički otpadnik i zločinac prvoga reda, kako ga je s neskrivenim kritičkim patosom definisao Broh?

Bilo kako da odgovorimo na gornje pitanje, odnosno da se opredelimo (ukoliko je takvo što uopšte moguće) između dva krajnje polarizovana stanovišta sadržana u njemu, jedno možemo sa sigurnošću utvrditi – temeljnije i potpunije razumevanje jednog fenomena je *conditio sine qua non* njegovog objektivnog vrednovanja. A fenomen kiča, upozorava Ratko Božović,⁹⁴ može se razumeti samo ako se ima u vidu da je on tek jedan od aspekata svekolikog života savremenog čoveka i „osrednjeg tipa egzistencije“ u savremenoj civilizaciji. U nastojanju da se kič odbaci po svaku cenu prepoznaje se nastojanje da se odbace i oblici ljudskoga života i

⁹² Cf.: Herbert Marcuse, *Čovjek jedne dimenzije*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1989, str. 80.

⁹³ Wolfgang Fric Haug, *Kritika robne estetike*, IIC SSOS, Beograd, 1981, str. 135.

⁹⁴ Cf.: Ratko Božović, *Lavirinti kulture*, Radnička štampa, Beograd, 1984, str. 40.

ljudske svakodnevice koji su njegovo socijalno uporište i koji, kao takvi, ne mogu biti odbačeni ukoliko se želi ozbiljna i valjana naučna analiza. Stvarnost se ne može falsifikovati u ime jednog idealnog projekta o kulturi i ljudskoj prirodi kao neprotivrečnoj i do kraja harmoničnoj, prijemljivoj isključivo za autentično stvaralaštvo i autentične vrednosti. Božović tvrdi da bi tako konceptualizovana, ljudska priroda poništila nešto od svoje dijalektičnosti, od svoje potrebe da se menja i da u toj promeni iskaže i neke svoje nove, dotad zapretene mogućnosti. On, čini se, ipak, pomalo utopijski zaključuje da bi nevrednosti i poluvrednosti koje se najčešće javljaju kao moderni oblici života, mogle poslužiti kao izazov za njihovo prekoračenje, za oslobađanje novih ljudskih kreativnih mogućnosti. Realnijom se, naime, čini jedna druga i ponešto drugačija teza ovog autora kojom se priznaje da masovna kultura sa kičem kao pretežnim delom svoje produkcije, ako i ne predstavlja značajniju opasnost po visoku kulturu, sasvim sigurno smanjuje sposobnost kritičkog stava i kritičkog mišljenja. Neki drugi autori su još radikalniji u tom pogledu – proizvodi masovne kulture deluju parazitarno na sve elemente ukusa i kao takvi, nemaju nikakvu pedagošku funkciju u smislu prepariranja njihovih konzumenata za usvajanje i recepciju dela autentične umetnosti. Oni, po mišljenju Zagorke Golubović, „mogu samo odložiti prodor prave kulture u narod.“⁹⁵

Da li je, doista, kako su tvrdili mnogi autori (stanovišta nekih od njih razmatrali smo u prethodnim delovima rada) kič estetska hrana masa stoga što mase nikada nisu znale, niti mogu znati za prave estetske vrednosti jer u njihovom ukusu nema mesta za njih, ili je njihov ukus takav kakav jeste upravo stoga što je u kulturnoj ponudi koja im je upućena vrlo malo takvih vrednosti? Rečju, da li je ukus masa plod ili koren određene kulturne politike?

Nije zanemarljiv broj autora koji na navedena pitanja odgovaraju da je, po svemu sudeći, posredi jedan zatvoreni krug (ono što se nudi formira želju, a jednom formirana želja omogućuje reprodukciju onoga što se već nudilo), krug koji bi se, kada bi postojala volja i saglasnost onih koji ga formiraju mogao relativno lako raskinuti upornom i doslednom ponudom istinskih umesto

⁹⁵ Zagorka Golubović, „Socijalna osnova i antropološke implikacije masovne kulture“, u: *Naše teme*, br. 8, 1969, str. 1315.

kvazi-kulturnih vrednosti. Sklonost pseudoumetnosti kao „estetsko raspoloženje publike“ (Horkhajmer & Adorno), koje, navodno, pogoduje kulturnoj industriji i njenom sistemu, pre je, tvrdi se, produkt ili bar deo tog složenog sistema, nego njegovo opravdanje. Kič, dakle, ne bi morao biti *fatum*, neukrotiva „svetska sila“, odnosno socio-kulturna neminovnost sa kojom čovek modernog doba *nolens-volens* mora kvijetistički koegzistirati, već bi se na temeljima jednog redefinisano koncepta kulturne politike koji bi afirmisao autentične estetske vrednosti kao pandan pseudovrednostima, ekspanzija kiča mogla, ako ne sasvim zaustaviti, onda, besumnje, značajno obuzdati i ograničiti. Jer, produkcija kiča je postala visokoprotfitabilan biznis kojim se, kako smo videli, bave temeljno edukovani psiholozi masa sa jasnom svešću o tome šta i za koga proizvode, koji, čak, do minucioznosti razrađuju tehnike postizanja kičerskih doživljaja kod svojih adresata, pripravnici da svoje umeće maksimalno unovče. Otpor prema delima moderne umetnosti, hermetičnim, nekomunikativnim i kao takvim nepristupačnim širokoj publici, ne počiva, tvrdi se, samo na apriornoj neprijemčivosti i negativističkom stavu te publike prema njima, već značajnim delom i u neodnegovanosti njenog ukusa za takva dela.

Ukus, zaključuje se, treba negovati, odgajati, formirati. Jer, čak i onda kada je ona metaforička, ikonička dimenzija evidentna u jednom umetničkom delu, da bi bila prepoznata i rastumačena, potrebna je ne samo spontana percepcija laika, već i jedna specijalizovana super-percepcija edukovanog znalca.

To odgajanje za umetnost koje je neophodno da bi se umetnost razumela, ne mora se koristiti isključivo pojmovnim, racionalnim elementima, već i iracionalnim koji su bliži prirodi same umetnosti. „Imali bismo onda odgajanje za umjetnost *preko same umjetnosti* i to bi bio najbolji odgovor.“⁹⁶ Ovim stanovištem i Dorfler se priklanja onim teoretičarima koji ukus posmatraju kao izvedenu, *formativnu*, a ne apriornu kategoriju, kojoj su proizvođači kulture prinuđeni da se prilagođavaju. Pjer Frankstel (Francastel) je u tom pogledu sasvim eksplicitan: „Ukusu se treba učiti. On se, na primer, može razviti putem obrazovanja, bar do tačke koja dopušta da se ocenjuje izvestan red pozitivnih činjenica. Umetnici se neće stva-

⁹⁶ *Ibid.*, str. 24. Ovaj problem temeljno razmatra Herbert Read u svojoj knjizi *Education Through Art*, Faber and Faber, London, 1958.

rati, ali će im se pripremati publika.⁹⁷ Stanovište da je danas, kao i u prošlosti, masa ravnodušna prema umetničkim vrednostima, posledica je, tvrdi Frankastel, isuviše intelektualizovanog shvatanja prirode umetnosti, odnosno neuviđanja činjenice da umetničko osećanje nije uslovljeno razvitkom ostalih sposobnosti, naročito diskurzivnih ili logičkih. „Pogrešno je misliti da postoje specijalne kategorije, određene grupe koje primaju više-manje globalno poruku umetnika. Naprotiv, umetnost sačinjava mrežu duhovnih odnosa koja obuhvata sve ostale i koja zahteva aktivno učešće stvaraoca i publike.“⁹⁸ Čak i Dejvid Vajt, koji je više puta izricao stanovišta sasvim suprotna Frankastelovim, na jednom mestu će reći: „Po mišljenju izvesnih kritičara masovne kulture ‘puk’ će uvek i bez izuzetka birati osrednjost i opsenarstvo umesto istinskih kulturnih vrednosti. Ovaj mixtum *nobless oblige*-a i učtivog prezira prema svima koji su izvan univerzitetskog serkla ili avangardnih literarnih grupa, izgleda mi podjednako autoritaran kao i antiintelektualizam ‘puka’ usmeren prema ‘učenima’“.⁹⁹ Ili, kako kaže Šmit (Schmidt), valja se čuvati opasnosti da apologiju masovnog ukusa kojoj su skloni neki autori smeni diktatura elitističkog ukusa, koju zagaravaju drugi.¹⁰⁰

No, to, ipak, ne čini spornom činjenicu postojanja takozvanog kič-čoveka, koji neumoljivo zauzima kič-poziciju prema umetničkom delu, koji mu pristupa sa jednim apriornim neestetskim konstitutivnim klišeom, sa jednom apriornom neestetskom konstitutivnom shemom, tretirajući ga kao dekoraciju, „muzičku pozadinu“, dakle, u svakom slučaju ostajući netangiran njegovom autentičnom i autonomnom vrednošću.

S druge strane (u odnosu na lako prepoznatljivog kič-čoveka) nailazimo na kvazi-kulturnu (finansijsko-menadžersku, odnosno ekonomsku) elitu, koja za delima avangardne umetnosti poseže kao za simbolima statusa i sredstvima društvenog prestiža, pre nego kao za izvorima estetskog zadovoljstva i predmetima estetskog

⁹⁷ Pjer Frankastel, *Umetnost i tehnika*, Nolit, Beograd, 1964, str. 235.

⁹⁸ *Ibid.*, str. 239.

⁹⁹ D. M. White, *Ibid.*, p. 17

¹⁰⁰ Cf.: Burghart Schmidt, *Postmoderna-strategije zaborava*, Školska knjiga, Zagreb, 1988. str.84.

uživanja.¹⁰¹ Zanimljivo je Difrenovo stanovište da činjenica da je umetničko delo danas predmet znanja pre nego estetskog uživanja, u neku ruku jeste odmazda onih koji ga ne mogu posedovati kao privatnu imovinu. „Aristokratija znanja okuplja se na granicama aristokratije novca“¹⁰². Istinska kulturna elita kao kontra-stav forsira fetišiziranje onog elementa novine, hermetičnosti i nekomunikativnosti avangardnog dela. Tako nastaju pseudoavangardni proizvodi koji vrlo brzo bivaju razobličeni kao takvi, jer insistiraju na elementu ekscentričnog, skandaloznog (umetničko delo kao metak, rekao bi Benjamin), koji se brzo „potroši“.

Dorfles, ipak, čini se, nije sasvim u pravu kada svako kritički orijentisano stanovište naspram kič-proizvoda proglašava stanovištem hiper-kič čoveka, kič-klevetnika malograđanskog kiča u ime ne manje umetnički bezvrednih, neautentičnih, patvorenih dela pseudoavangarde, primerenih kulturnim potrebama pseudokulturne elite, koja se po svom kulturnom nivou može sasvim izjednačiti sa tipičnim potrošačem „mid-kulta“ (MakDonaldov izraz za masovnu kulturu). Najpre, Dorfles sam ove druge, namenske proizvode moderne umetnosti kojima je prevashodan cilj izazivanje javnog skandala, naziva pseudoavangardnim, a potom, antiteza kič-avangarda se ispostavlja analitički nedovoljno plodnom, budući da i avangarda, ukoliko poistoveti umetničku i socijalnu revolucionarnost ili, pak, svoja programska načela pokuša da uspostavi kao krute, petrifikovane obrasce umetničkog stvaranja, može završiti u sferi neinventivnog i stereotipnog.¹⁰³ Po mišljenju mnogih autora,

¹⁰¹ Prema podacima iz naših prodajnih galerija, najčešći kupci dela moderne umetnosti su pevači folk muzike, fudbaleri, privatni preduzetnici...

¹⁰² Mikel Difren, *Ibid.*, str. 104.

¹⁰³ To, međutim, ne čini opravdanim sve kritike avangarde, u prvom redu one koje dolaze sa „levih“ pozicija kakva je, na primer, Grinbergova, mada bi se i u Benjaminovoj kritici moglo prepoznati isto polazište. Grinberg, naime, avangardi spočitava da je socijalno-revolucionarni stav negovala samo u prvoj fazi svoga postojanja, da bi se kasnije jasno distancirala od njega i okrenula onome što se u terminologiji istorije i teorije umetnosti označava larpurlartizmom (umetnost radi umetnosti). Grinberg čak iz tih razloga određuje avangardu kao imitaciju imitacije (čime implicitno prihvata Aristotelovu odredbu umetnosti kao u osnovi mimetičke), dakle, kao imitaciju umetničkog procesa pre nego sam proces. On je u tom smislu smatra udaljenom od umetnosti u istoj meri u kojoj je to i kič. „Ako

avangarda je u tom stanju već pola veka. Ona se neprestano vrti u krug, nesposobna za inovaciju. U svetu danas ne postoji gori akademizam od akademizma samozvane avangarde, tvrdi Frankstel. Postmodernizam, kaže se, i jeste to, ta faza opadanja umetničke kreativnosti koju pokreće još samo ekstremistička eksploatacija modernističkih načela. Iz tih razloga Oktavio Paz¹⁰⁴ i tvrdi da ako već ne doživljavamo kraj umetnosti, svakako doživljavamo kraj *ideje moderne umetnosti*. Prestalo je biti jasno šta bi umetnici današnjice trebalo da čine a da ne oponašaju stare uzore, koji to više i nisu, „ a još uvek se nije pojavio niko sa tom vrstom jedinstvenog ličnog sveta i stila koji bi izrazili nešto novo. Ali ovo možda i nije samo ‘psihološki’ problem; mi takođe treba da uzmemo u obzir ogromnu težinu sedamdeset ili možda osamdeset godina klasičnog modernizma samog po sebi. pisci i umetnici današnjice nisu, dakle, još u jednom smislu sposobni da kreiraju nove stilove i svetove – oni su jednom već bili kreirani. Tako težina svekolike modernističke estetičke tradicije-danas mrtve-još uvek ‘poput noćne more pritiskuje mozgove živih’, kako je, u jednom drugom kontekstu ustvrdio Marks,“¹⁰⁵ piše Džejmson. Stoga se čini da je, bar onda kada kič opserviramo kao estetsku objektivaciju onog kičerskog, analitički plodnija i plauzibilnija antiteza kič – umetnost, bilo da je reč o klasičnoj ili avangardnoj umetnosti, jer se ni ovoj prvoj, uprkos tome što je zbog onog sadržinskog, predmetnog elementa podložnija kičerskom usvajanju nego neki drugi umetnički pravci, ne može *a priori* osporiti umetnička vrednost i mogućnost čiste i bezinteresne – estetske recepcije. Dakle, kič se može kritikovati i sa stanovišta istinske kulturne elite koja je obučena da na umetnički način uživa u umetničkim delima, bilo da su ona avangardna ili klasična.

avangarda imitira umetnički proces, kič imitira njene efekte“, kaže Grinberg. (Cf.: Clement Greenberg, „Avant-Garde and Kitsch“, u: *Mass Culture*, cit. izd. str. 106.) Grinberg, dakle, istinskom umetnošću smatra jedino mimetičku umetnost, doduše sasvim pravilno uočavajući da se ona može najlakše i najuspešnije učiniti socijalno-revolucionarnom. On, međutim, ne uviđa da upravo ta dimenzija mimetičkog, imitativnog čini tako koncipiranu umetnost vrlo podložnom neestetskom usvajanju.

¹⁰⁴ Cf.: Octavio Paz, *Children of the Mire: Modern Poetry from Romanticism to the Avant-garde*, Cambridge: Harvard University Press, 1974, p.149.

¹⁰⁵ Frederic Jameson, *Ibid.*, p.17.

Međutim, čak i ako se prihvati teza da ukus nije posledica već uzrok na određeni način koncipirane kulturne politike, ostaje pitanje da li je kultura ona sfera u kojoj takav ukus treba i može da traži satisfakciju, odnosno ne stiže li se time na prag opasnosti na koju ukazuju neki autori, opasnosti od pragmatičke i funkcionalističke koncepcije i prakse kulture koja se profilira kao domen zadovoljavanja primitivnih i neartikulisanih, u svojoj biti antikulturnih potreba.

No, budući da je antropološka pre nego estetička dimenzija ona u kojoj se odlučuje o kiču, njegova ekspanzija bi se, po svemu sudeći, morala ograničavati upravo na toj – antropološkoj ravni. A to znači temeljnom redefinicijom sistema potreba, odnosno njihovim preusmeravanjem od izvedenih ka primarnim, od indukovanih ka autentičnim. Ili, drugim rečima, afirmisanjem onog fromovskog „biti“ kao *modus-a vivendi*, umesto danas preovlađujućeg „imati“. No, ako je, doista, neuroza modernog čoveka antropološki temelj kiča, njegov *conditio sine qua non* i kao takva, zalog njegove perzistentnosti, valjalo bi ozbiljno imati u vidu ono Brohovo predviđanje da moderni kič još zadugo neće okončati svoj trijumfalistički nastup, upravo zahvaljujući stalno rastućoj neurozi čovečanstva. Broh, međutim, u skladu sa osnovnim postavkama svoje teorije o kiču predviđa takođe da će u budućnosti, zahvaljujući tome što iz protivudara zla „u svakoj pojedinosti izrasta svetsko pitanje ‘šta treba činiti?’“, kroz to pitanje estetičko doživeti ponovni zaokret ka etičkome, te će opet doći do onog jedinstva sveta koje, čak ako jednom i samo bude podleglo ponovnom rastakanju, bar u vreme svoga trajanja isključuje neumetnost i nalazi svog čulnog reprezentanta u lepome uopšte.¹⁰⁶ Broh, očigledno, računa na cikličnost u smenjivanju kiča kao obeležja zalaza civilizacija i umetnosti kao etičkog (ne, dakle, samo i ne prvenstveno estetičkog) koda njihovog uspona.

Možda je najveća opasnost od kiča sadržana u tome što se u kič-čoveku kao njegovom izvoru dešava ono specifično izneveravanje slobode, tog, sartrovski rečeno čovekovog usuda, ali vrlo često i preteškog tereta od kojeg čovek želi da pobjegne (mehanizme tog bekstva bolje od svih je uočio i formulisao Erih From), između ostalog i u kič kao „umetnost sreće“, naspram istinskoj umetnosti

¹⁰⁶ H. Broh, *Ibid.*, str. 304.

kao pukom i maglovitom „obećanju sreće“ (Stendal). To sledovanje sreće, taj njen simulakrum koji kič-proizvodi gotovo neizostavno nude svojim konzumentima je, kao što smo videli, ključni razlog njihove neodoljivosti i pouzdan garant njihovog masovnog usvajanja i „potrošnje“. Jer jedna od ključnih crta u psihičkoj konstituciji čoveka mase kao pretežnog konzumenta kiča jeste ono što Ortega i Gaset naziva urođenim i bespogovornim ubeđenjem da je lako živeti, da je život izobilje bez tragičkih ograničenja. Možda upravo stoga sa kičom najlakše izlaze nakraj deca, koja jednostavno i bez zazora pojedju sve božićne figurice od čokolade, nimalo ne mareći što one predstavljaju Hrista i svetu porodicu. Kič ovde biva demistifikovan i savladan svođenjem na čisto uživanje, i to ono najelegantnijeg – gastronomskog tipa. Kod odraslih, primećuje Gic, to već ide teže. Oni ili ostaju u sferi kiča, nemoćni da se odupru njegovoj zavodljivosti, ili su, pak, ozlojeđeni na njega. Moguće je, međutim – i mi smo iskoristili upravo tu mogućnost – reagovati i tako što će se napisati teorijski rad o kiču. Ostaje nada da smo se time bar za korak primakli celovitijem razumevanju njegove suštine, onog njegovog antropološkog supstrata koji ga čini mogućim u svim vremenima, vremenima društvenog blagostanja koliko i onim drugim u kakvima živimo danas i ovde, vremenima njegovog, samo na prvi, površni pogled paradoksalnog trijumfa.

Mirjana Radojičić

THE CROSS-ROADS OF VALUES – THE PHENOMENON OF KITSCH IN
THE ANTHROPOLOGICAL-ESTHETICAL PERSPECTIVE

Summary

In the article the phenomenon of kitsch is analyzed from different perspectives – sociological, axiological, anthropological. In the first part the author attempts to situate temporally its appearance, and then presents the contents and the history of the notion itself. In the next chapter the relation between kitsch and related phenomena such as mass culture, consumers' society and capitalistic economy is

considered. The central part of the article is devoted to an thematization and reactualization of the anthropological dimension of this phenomenon. In the author's opinion this is its key dimension, which makes possible its appearance at all times – at a time of material abundance as well as at that of existential poverty, like the one we live in here and now. In the concluding part the author discusses the possibility of redefining the concept of cultural policy so as to restrain and limit, if not completely stop the recent expansion of kitsch.

Key words: kitsch, avant-garde, sociology of taste, anthropology, values, modernity.