№ 53: СТАТУСИ МИСТЕЦТВА

Неуникненність кітчу: розмова з Тамарою Гундоровою

КАТЯ РУДИК

13 ЛИСТОПАДА 2019

Кітч звикли протиставляти «справжньому» мистецтву. А проте деякі митці цілком зумисне продукують кітчеві твори, які мають успіх і у вибагливої аудиторії. З літературознавицею Тамарою Гундоровою, авторкою книги «Кітч і література: травестії», ми поговорили про те, як виникло явище кітчу та чим воно стало сьогодні.

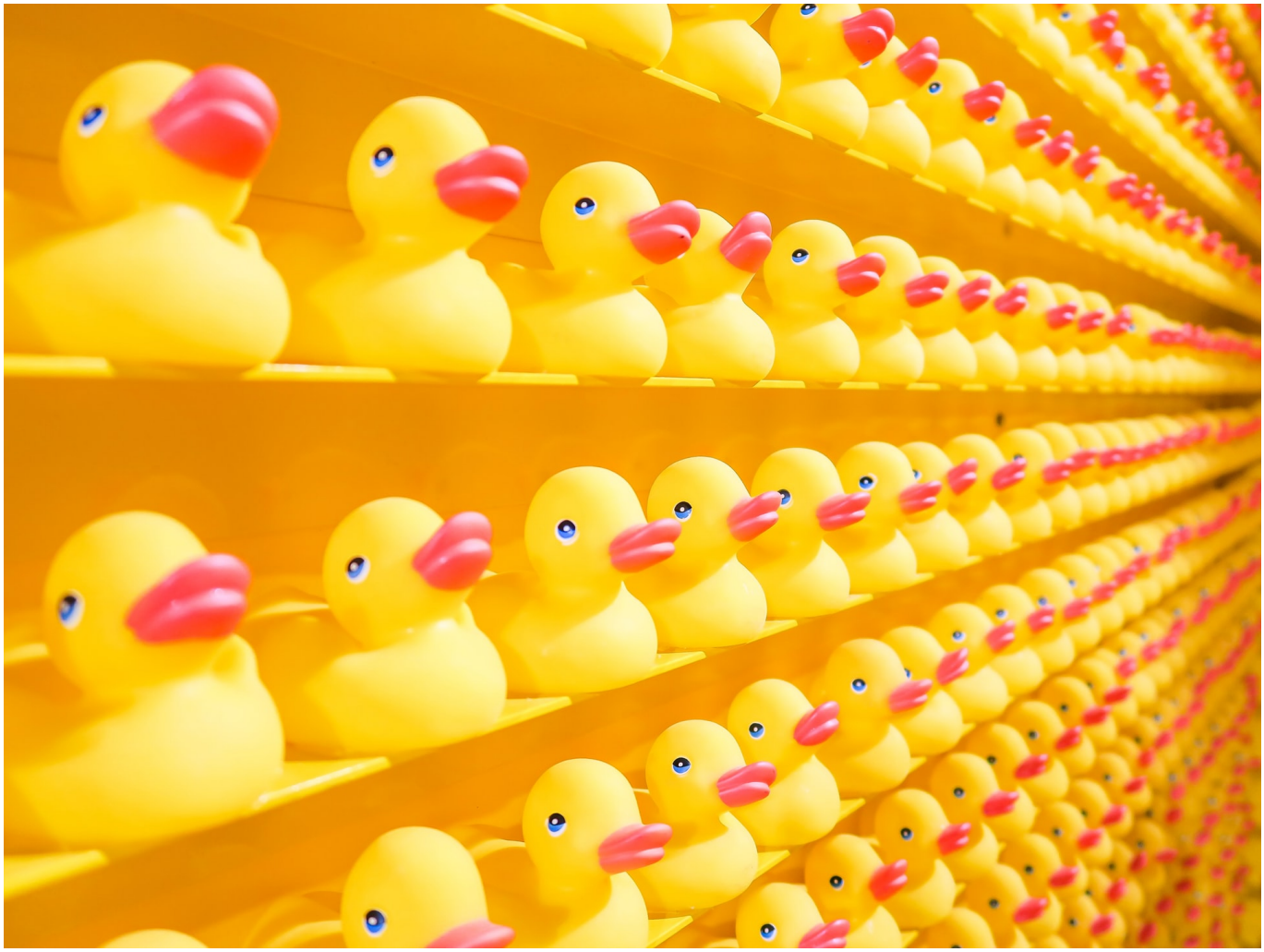

Фото: Joshua Coleman

– Слово «Kitsch» походить із німецької й означає халтуру, вульгарність, несмак. Але чи кітч – це за замовчуванням щось неякісне?

Є різні версії, як постало це явище. Важливо, що кітч пов'язаний зі становленням модерного суспільства й соціокультурними змінами, коли виникає феномен культурного капіталу й актуалізується тенденція до зміни станової та класової ієрархії. У модерні часи так званим «високим» мистецтвом починає цікавитися середній клас, міщанство, яке хоче піднести свій соціальний статус. Коли культура стає цінністю, яка означає комфорт і статус, а так звані «культурні речі» можна купити, повісити в себе вдома, створити за їх допомогою затишний простір, виникає попит на копії високомистецьких речей. Такий культурний, символічний капітал, що надає тобі додаткову цінність через причетні до вищого світу атрибути, незалежно від твоєї соціальної ролі, професії, походження. Власне, це явище поширюється в 1870–1880-х роках у різних країнах. Є також теорія, що кітч виникає в мистецьких майстернях: він асоціюється зі «скетчем», «замальовкою», чимось, що нашвидкуруч створюється й легко

поширюється.

А вже в XX столітті народжуються теорії, які негативно маркують кітч, пов'язують його з так званим псевдомистецтвом, підробками, копіями, сентиментальними образами. Вважають, що кітч відбиває несформовані смаки, він позбавлений справжньої «аури» мистецтва й виникає внаслідок швидкої урбанізації і зростання міського населення. За Клементом Ґрінберґом, твердив, що кітч є мистецтвом перехідного декласованого стану – наприклад, селянства, яке масово перебирається у місто й теж, так би мовити, обростає кітчем, аби долучитися до міської культури. Ось таку соціокультурну транзитну функція приписують кітчу. Тоталітарні ідеології й масове мистецтво, які активно розвиваються в першій половині XX століття, теж активно ним послуговуються. Очевидно, що були й естетичні передумови – наприклад, поява так званого академізму в XIX столітті. Ідеться про такий собі псевдокласицизм, який переростає в шаблонне малювання, наприклад, римських руїн, красивостей природи або сентиментальних дитячих образів.

Кітч багато черпає з романтизму. З одного боку, романтизм – це великі характери та пристрасті, а з другого – замилування в екзотику, споглядання красивих місць (наприклад, екзотичного Сходу) чи гарних жіночих образів. Таке споглядання не пов'язане з глибокими і складними переживаннями. Ширяться імітації, орієнтальні стилізації, що теж стають ґрунтом для кітчу. Серед цих творів було чимало якісно виконаних, тобто я не сказала б, що від самого початку кітч був низькопробним. Було б перебільшенням також вважати, що кітч – це, так би мовити, відходи культури. Він виконував різні функції і мав свою естетику. З часом вона змінювалася, а сьогодні стала основним образотворчим матеріалом масової культури.

– Як кітч пов'язаний із популярною й масовою культурою?

Про популярну культуру можна говорити мало не з XVIII століття. Одна з ранніх її форм – це народні картинки та лубки, які поширювалися серед простого люду, продавалися на ярмарках тощо. Пригадаймо епізод із «Енеїди» Котляревського, де цар Латин, готуючись прийняти Енея, закуповує і прикрашає дім мальовидлами. Серед лубків були й портрети воєначальників, і казкові герої та сюжети, виконані в коміксовому стилі. Популярні книжечки, наприклад, робили за мотивами Гоголя – уже в XIX столітті вони виходили накладами по 4-5 тисяч примірників! Кітч стає частиною цієї індустрії.

Кітч – це своєрідна естетика спрощеного і комфортного сприйняття, естетика красивостей: не того красивого, яке поєднане з катарсисом, а того, що декоративне, заспокійливе, ностальгійне. Це в певному сенсі реакція на потрясіння, які несе новий динамічний модерний світ. У XX столітті формується суспільство споживання, суспільство масової культури, яке

тримається на кітчі. Кітчевим стає мало не все – від політики до спорту. Спортивні фани обростають кітчем і виділяють себе завдяки йому, тобто через упізнавані значки, шалики тощо, які вказують на причетність до певної спільноти чи субкультури. Загалом кітч не може виникнути без упізнаваних популярних речей, бо паразитує на культурі та з будь-якої культури може взяти щось, зробити його стерильним, пристосувати до певної ідеологеми чи міфологеми й перетворити на масове. Кітч називають вірусом культури. З одного боку, він підриває високу культуру, а з іншого, сама культура, навіть висока, ним послуговується.

Це гра з культурними образами, без якої вони можуть затиратися, ставати нецікавими.

– А чи можлива зміна статусу, коли те, що належало до високої культури, стає кітчем – і навпаки?

Так, висока культура за визначенням переходить у кітч, коли починається копіювання, тиражування – від звичайних репродукцій, які вішають удома, до спрощення й зумисної зміни відомих образів. Починається гра з кітчем: скажімо, приробити «Моні Лізі» вуса чи ріжки. Авангард дуже заграє з масовою культурою та кітчем, бо якраз і протиставляє себе високій. Та уже в 1920-1930-х роках модернізм відштовхує кітч: мовляв, це демонізм, зло, яке підриває справжню естетичну красу. Так вважали і Теодор Адорно, і вся Франкфуртська школа. Вальтер Беньямін писав про втрату мистецької «аури», Клемент Ґрінберґ говорив, що кітч – це тоталітарне мистецтво, яке прагне стати «загальнонародним» і легко споживаним. Пригадаймо соцреалізм, ці всюдисущі портрети Сталіна, вірші про любов до Союзу, до Леніна…

– «Пливе по озеру кача і славить ім’я Ілліча».

– Так. Це другий етап, а третій – коли кітч стає модним: 1960-ті, попкультура. Так званий «поганий смак», з яким буржуа асоціюють кітч, беруть на озброєння гіпі, щоб продемонструвати свій нонконформізм. З одного боку, кітч використовують, аби бути впізнаваними, а з другого, він формує стиль життя, який теж стає модним. Тобто це так само форма кітчу, тільки з протестними елементами. Кітч по своєму естетизується, і цей варіант називають «кемпом».

А останній етап – це постмодернізм, який трактують як нову хвилю кітчу, проте це вже свідомий прийом, зумисне цитування.

– Сучасна українська культура до кітчу теж вдається?

– «Високим» богемним і карнавальним кітчем послуговувався в романах Юрій Андрухович. Панківський кітч – незмінний елемент раннього Сергія Жадана, скажімо, в «Депеш Моді», хоча зараз він, мабуть, це переріс.

Між іншим, цікаво, що в Україні виник майданний кітч – наприклад, «помаранчевий». Він виник на основі карнавалізації життя, побуту, поведінки, елементами його були стрічки, шалики, оранжевий колір. І це нормально, бо кітч широко використовують політики та ідеологи. От у Гонконгу такою протестною кітчевою емблемою стали парасолі. Кітч допомагає певним соціальним явищам оформитися, зібрати спільноту, утримувати близький контакт і комфортне існування; його елементами стають слогани, знаки-символи, деталі одягу. З іншого боку, так само легко кітч виявляється засобом маніпуляції. У сучасному суспільстві він проростає в різних виглядах – у політиці, у спорті, у релігії.

– Здається, кітч стирає межу між високою культурою і повсякденням. Чи це добре? Футболки з Франком, шкарпетки зі Сковородою – чи справді вони актуалізують і популяризують класику?

– Я думаю, так, бо наше суспільство – це справді суспільство споживання, суспільство спектаклю, де правлять мода і популярність. Усе виставляють напоказ, «на продаж». Ти з себе самого робиш перформанс, яким заявляєш про те, що читаєш, чого хочеш або проти чого протестуєш. Наприклад, Іван Франко на футболці: виявляється, він може бути не тільки Каменярем, вусатим і рудим, – він може бути смішним навіть! Чому не зробити його цікавим, чому не подумати про те, що він був коханцем, протестантом, масоном. Це гра з культурними образами, без якої вони втрачають цінність в суспільстві споживання, можуть затиратися, ставати нецікавими. Це зовсім не профанація чи десакралізація святинь. Мені дуже подобається ця гра; думаю, вона всім іде на користь як форма популяризації, осучаснення, актуалізації класики. От виставка Олександра Грехова «Квантовий стрибок Шевченка» – як на мене, нічого там поганого немає. Тарас Шевченко був не тільки дядьком у кожусі, він теж грався і мав різні свої іпостасі. Але, бачите, не все наше суспільство згодне приймати таку гру з національним поетом, бо вона здається святотатством. Я не говорю, що все сприйняття класики має бути саме таким, просто це одна з форм.

Упізнаваність, яка діє на тебе відразу, ніби ти сам так думав, відучує від глибшого осмислення речей.

– У книжці «Кітч і література» ви згадуєте релігійний і християнський кітч. Що це таке?

– Кітч – це ціла система уявлень і образів, які стають візуальними, масовими й оречевленими. Це матеріалізація, унаочнення якихось цінностей, причому часто через невідповідний чи неочікуваний матеріал. Скажімо, репродукція відомої картини на чашці чи шкіряній торбинці. Релігійний кітч – це також атрибут нашого часу. По-перше, це спрощені, нашвидкуруч і за одним шаблоном зроблені церкви, де висять дешеві копії ікон. Ти заходиш – і замість оригінальних написаних ікон бачиш репродукції, які ще й можеш придбати. По-друге, це поширені атрибути приналежності до різних вір, наприклад, суто декоративні хрести. Усі такі речі покликані бути видимими, і тут ідеться не про віру, а про причетність до певної спільноти, до якої ти хочеш належати. І цього уникнути просто не можна.

– А чи можливий кітч у науці?

– Так-так! Кітч у науці – це своєрідний жаргон, коли ти читаєш і бачиш посилання на модні імена – Дерріда, Бодріяр, Фуко; через слово «дискурс» чи «деконструкція» – і все одне на одному стоїть, хоч можна було би сказати трохи інакше, простіше. На рівні методів кітч теж так само може існувати. Скажімо, фемінізм, ґендерні студії. У нас в Україні, попри популярність цього напрямку, з нього часто видаляють саму суть – радикалізм, протестність; він адаптований, стерилізований. Замість говорити про серйозні речі, туди просовують ідею фемінності, жіночності, «берегині» – тобто абсолютно традиційні, патріархальні речі. Відбувається така собі «капсуалізація», коли беруть західні терміни, викидають із них фактично все, їм властиве, а замість цього запаковують туди «традиційні цінності». Ми взагалі любимо таке робити.

Кітч не йде вглиб, він розтікається по поверхні. Проблема полягає в тому, що сучасні люди й не хочуть знати глибини. Ця поверхня їм подобається, вона легша, комфортна, модна, не доводиться задумуватися про якісь складніші речі. І вона впізнавана – це дуже важливо: упізнаваність діє на тебе одразу, нібито сам так думав. Це теж відучує від глибшого осмислення речей.

– Якби ви писали «Кітч і літературу» тепер, то додали б якийсь новий розділ? І про що би він був?

– Колись мені Андрухович сказав: «Ти написала про Сердючку, а напиши що-небудь про “Dakh Daughters” – що це таке, кабаре оце, вар’єте?» Це цікаве явище, бо вони граються зі стереотипами і водночас себе їм протиставляють. Мене колись цікавила Сердючка як соціокультурний феномен – образ цей опредмечував і отілеснював маргінальність. Сердючка

виконувала, з одного боку, роль медіатора-перевізника між провінцією і центром, а з другого – ангела-охоронця, бо оберігала таких, як сама (Данилко – з бідної родини, жив десь у бараку на околиці Полтави, потім переїхав у Київ). Сердючка асоціюється й із суто народними явищами, з лялькою-мотанкою, наприклад. Це був дуже цікавий образ.

Зараз я відійшла від цієї теми, але можна було б, мабуть, говорити про кітч у «Кварталі 95» і політиці. Мене також цікавив феномен гри з кітчем у Люко Дашвар. Можна працювати з явищем єврокітчу – почавши з феномену «євроремонту», а ще «одяг із Європи», оце все євро-євро. Потім «Євробачення» – розкішне поле для досліджень! Це ж пам'ятник кітчу в різних видах: національний, етнічний, ґендерний, патріотичний – і всі намагаються там знайти якусь свою нішу. Так що я, може, написала би про Євробачення. Але дай Боже написати те, що я вже пишу *(сміється)*.

КАТЯ РУДИК 13 ЛИСТОПАДА 2019

Warning: count(): Parameter must be an array or an object that implements Countable in **/home/kairosbo/verbum.com.ua/www/wp-includes/post-template.php** on line **284**