



SLOVENSKI
ETNOGRAFSKI
MUZEJ
LJUBLJANA
1971

KIČ KITSCH

kič
DER KITSCH

Kič



KIČ KITSCH

RAZSTAVA

RAZSTAVO JE PRIPRAVIL:
DR. GORAZD MAKAROVICH, ZNANSTVENI SODELAVEC
SLOVENSKEGA ETNOGRAFSKEGA MUZEJA

POSTAVITEV IN OPREMA:
MARJAN LOBODA, DIPL. ING. ARH.
TEHNIČNI SODELAVEC
SLOVENSKEGA ETNOGRAFSKEGA MUZEJA

PREVEDEL:
PROF. BOJAN MOLL

FOTOGRAFIJE:
SREČO KOLAR

ZALOŽIL:
SLOVENSKI ETNOGRAFSKI MUZEJ
ZA ZALOŽBO DR. BORIS KUCHAR

TISK:
TISKARNA PTT, LJUBLJANA

**VODNIK
PO RAZSTAVI**

LJUBLJANA 1971

**ZAKAJ
RAZSTAVA O KIČU**

Je to etnološka tema? Taka in podobna vprašanja smo že slišali. Odgovoriti moramo pritrdilno: je tudi etnološka tema. To je del prizadevanja za uresničitev naših načrtov proučevanja in prikaza kulture današnjega Slovenca. Nameravamo ga predstaviti na nekaj razstavah. Zato, da smo se odločili najprej za kič, pa je vzrokov več. Osnovni je velika razširjenost tega pojava med našimi ljudmi, njegovo vedno bolj agresivno prodiranje v vsakdanje življenje skoraj vsakega našega občana. Prav vsiljujejo nam kič na vseh koncih; prek knjig, časnikov, uporabnih in okrasnih predmetov. Najbolj vulgarni kič ne najdemo samo na sejmskih stojnicah, temveč tudi v naših takoimenovanih »boljših« trgovinah. Kar ozrimo se po svojih stanovanjih, po opremi v naših uradih in javnih lokalih, povsod večkrat kar mrgoli kiča in to vsakovrstnega od tistega, ki ga na razstavi uvrščamo v odkriti kič, do tistega bolj prebrisanega, skritega. Kič najdemo med našimi spomeniki, tistimi iz starejše in novejši dobe, pa tudi v ostali likovni umetnosti, v arhitekturi, pa tudi v glasbi, predvsem še v naši zabavni in kvazi narodni glasbi. Če opazujemo ta pojav v njegovem razvoju bi lahko zapisali: Vsi ljubimo kič! Vsak po svoje, vsak ima svoj odnos do njega. Je pa to tipičen pojav neumetnosti, tudi naše današnje družbe, ko je večkrat del umetnosti le blago, ki služi za dobiček, za poceni propagando, ali za naš snobizem. Toda taka umetnost je lahko pravi le nasprotje. Torej je kič negativni pojav, ki pasivizira posameznika, kar pa je prav gotovo nerazdružljivo z aktivno vlogo, ki naj bi jo imel vsak občan v naši socialistični družbi. Zato je potreben boj proti kiču in smiselni del tega boja predstavlja razstava. Z njo želimo predstaviti vse poglobitve pojave kiča pri nas, predvsem pa še njegov zgodovinski razvoj in pomen kiča v tem razvoju, vse do današnjih dni. Priprava razstave ni bila lahka, saj je marsikaj na tem področju še nepojasnjene. Težko je bilo tudi zbrati predmete. Večinoma smo jih morali kupiti, saj nobeno podjetje ali pa posamezniki niso hoteli na naši razstavi sodelovati s svojimi izdelki, niti s tistim, kar prodajajo. Toda razstava je sedaj pred nami. Ob njej je ostalo še marsikaj nedorečenega o kiču pri nas, marsikaj je na razstavi odprtega za polemiko. Toda to je prva razstava te vrste pri nas in naš namen je bil, da z njo nepojasnjena vprašanja še razčistimo in jasno ter odkrito povemo, kaj je kič in koliko ga še ljubimo. Ob koncu sem dolžan v imenu Slovenskega etnografskega muzeja izreči zahvalo muzejem, ki so posodili predmete za razstavo. Posebno zahvalo smo dolžni Skladu SRS za pospeševanje kulturnih dejavnosti, ki je finančno podprl razstavo, dr. Gorazdu Makaroviču, znanstvenemu sodelavcu muzeja, ki je strokovno pripravil razstavo in dipl. ing. arh. Marjanu Lobodi za tehnično postavitev in opremo razstave.

Dr. Boris Kuhar
ravnatelj
Slovenskega etnografskega muzeja



V drugi polovici 19. stoletja je med münchenskimi trgovci z umetninami nastal izraz Kitsch, ki je prvotno pomenil hitro narejena dela po okusu malomeščanske publike. Ime je lahko nastalo iz nemške narečne besede kitschen, ki pomeni mazati packati, alij morda iz angleške besede sketch, skica. Zanimiva je tudi najbrž šaljiva razlaga izvira besede, po kateri naj bi Angležinje s slabim okusom kupovale slike in drugo likovno opremo za okrasitev kuhinje: »for the kitchen«.

Ta izraz so prevzeli tudi drugi jeziki, med njimi slovenščina (poleg izraza plaža). V začetku našega stoletja se je pojem kiča razširil, vedno pa pomeni izdelke z umetnostnega področja, ki so brez umetniške vrednosti.



Zdi se nam, da moremo zadovoljivo opredelitev pojava kiča podati edinole z zgodovinskim orisom nastanka in okoliščin, ki so ga porodile.

Industrijska revolucija druge polovice 19. stoletja je v vsej Evropi in seveda tudi pri nas rodila sestavne spremembe med prebivalstvom glede proizvodnje, načina življenja in kulture sploh. Že prej opazna kmetova težnja po odpravi vidnih razlik med njim in drugim prebivalstvom je po odpravi podložništva leta 1848 silno narastla. Ta težnja je bila najizrazitejša pri podeželskem prebivalstvu, ki se je selilo v mesta in opuščalo poljedelstvo. Pri tej skupini se je temeljito spremenil celotni način življenja in celotna materialna, duhovna in socialna kultura. Novi prebivalci mesta so naglo zavrgli kulturne vrednote, ki so jih prinesli s seboj z podeželja. To je bilo še bolj vidno, ker je ta skupina številčno silno naraščala, proces preseljevanja v mesto pa se pospešeno nadaljuje še danes. V duhu težnje po izenačevanju vidnih razlik med kmetom in meščanom je tedaj delovalo celotno podeželje, pa tudi novi mestni naseljenci.

Ta težnja se je kazala tudi na področju umetnostne kulture. Na podeželju se ob koncu 18. in v prvi polovici 19. stoletja pojavi slikarstvo, kiparstvo in rezbarstvo za kmečke domačije kot dejavnost s svojevrstnim likovnim značajem. Ta je bila porojena tako iz težnje po zunanjem izenačevanju, češ višje družbene plasti imajo po domovih kipe in slike, mi pa jih dosedaj nismo imeli; kakor tudi z zelo močno premoženjsko diferenciacijo na vasi, kjer so se bogatejši tudi z umetnostno opremo navzven ločevali od revnejših. Ta dejavnost je nastala seveda tudi kot izraz kmetove potrebe po umetnosti in njene povezave z življenjem, saj je bil njegov dosedanji stik z upodabljalno umetnostjo omejen predvsem na opremo podeželskih cerkv. Tudi ta kmečka predstava o kiparstvu in slikarstvu, ki je izvirala iz cerkve, je pripomogla k izrazito religiozni motiviki umetnosti za kmečke domačije. Pri vsej tej dejavnosti moremo opaziti naslonitev na zglede iz umetnosti za višje družbene plasti: ta naslonitev je razmeroma ohlapna, saj preprosti rezbarji in slikarji niso bili zmožni razumeti in posneti kvalitetnejše precej višje vzore. Tedaj so ob dovolj tesnem sodelovanju naročnikov oblikovali razmeroma preprosto formo, ki je težila za umetnostnim izražanjem v okviru možnosti. To je pomembno za etnološko podobo tedanjega poprečnega Slovenca, zakaj oblikovanje umetnostnih izdelkov za kmečke domačije pomeni v časovni perspektivi do tedaj najmnogičnejši umetnostni pojav.

Ob velikem povpraševanju po tovrstnih izdelkih je obrtna rezbarska in slikarska dejavnost na deželi uspevala do konca 19. stoletja. Že v sredi stoletja in zlasti v tem času pa poseže na to področje v ugodnih okoliščinah kapitalistična serijska proizvodnja. Najmočnejšo spodbudo za nastop serijske industrijske umetnostne proizvodnje je dala skupina kmečkega prebivalstva, ki se je preselilo v mesta in opustilo poljedelstvo. Umetnostna kultura, ki jo je ta skupina prinesla s seboj, je bila v novem okolju neustrezna in tuja, istočasno pa je bila tudi znamenje neuglednega porekla novih naseljencev. Zato so taki umetnostni izdelki hitro izginili, pri skupini novih meščanov pa je nastala na tem področju praznina. Takšno stanje je bilo pomembno znamenje za kapitalističnega podjetnika, kazalo je na zelo ugodno tržišče. Morda se je prav v teh okoliščinah prvokrat uresničila misel, da je v kapitalizmu vse, tudi umetnost, samo blago, zakaj kapitalistični podjetnik je oblikoval umetnostno kulturo, ki jo je ponujal na tem tržišču, izključno po tržnih zakonitostih. **Pri tem je nadvse pomembno, da skupina novih meščanov nikakor ni želela imeti kiča, ki ji ga je ponujala proizvodnja, ampak kulturo, ki ne bi več kazala na njeno poreklo oz. kulturo, ki ni več kmečka, temveč približno takšna, kakršno si predstavljajo meščansko, ki pa je vendarle denarno dostopna.**

Razumljivo je, da duhovna kultura — upodabljajoče umetnosti — ki je oblikovana izključno po tržnih in produkcijskih zakonih, lahko pomeni le nadomestek za umetnostno kulturo. Tako je nastala nova zvrst (pod)kulture — kič.

Zakovitosti kapitalističnega tržišča, po katerih se je oblikoval kič, so bile predvsem naslednje:

- a) vsesplošna razumljivost take umetnostne proizvodnje, kar omogoča prodajo na najširšem tržišču;
- b) serijska industrijska izdelava, ki omogoča množičnost in cenenost;
- c) bleščeč videz cenениh materialov, kar omogoča navidezno ugoden nakup.

Zahteva po vsesplošni razumljivosti in sprejemljivosti je rodila naslonitev na splošno sprejete umetnostne vzorce bližnje preteklosti — tedaj so bile katerekoli tendence sodobnega umetnostnega izraza nesprejemljive že same po sebi. Tako moremo govoriti pri kiču o svojevrstnem akademizmu. Ta zahteva je prav tako zanikovala kakršnokoli lastnost umetnostnih izdelkov, ki bi zahtevala aktivno sodelovanje občinstva, saj bi se s tem občutno zmanjšala univerzalnost kiča. Tako je pri kiču odsotna bistvena kvaliteta umetnin — zavedanje v človeškem prostoru. Zato moremo kič označiti kot neumetnost.

Zahteva po serijski industrijski izdelavi, kar lahko umetnostne izdelke resnično popolnoma spremeni v blago kot vir dobička, je bila seveda tesno povezana s samimi industrijskimi in tehničnimi možnostmi tistega časa. Te so tudi narekovale oblike, v katerih se je kič pojavil: strojno tkane stenske preproge z lovskimi ali religioznimi motivi, oljni tiski in litografije, mavčni kipci iz kalupov itd. itd. Ker so zavračali elemente v umetnostnem izdelku, ki zahtevajo aktivno sodelovanje občinstva, je to seveda rodilo neko vrzel zasnovi kiča, ki se je porajal. To vrzel je bilo treba izpolniti tako, da umetnostni izdelki ne samo ne bodo manj, ampak bodo za široko občinstvo bolj privlačni kot umetnine. Tedaj so ustvarjalci kiča posegli po privlačnih motivih, ki so bili spet prirejeni za univerzalno publiko. Osvojili so lažne sentimentalne motive, motive iz nacionalne zgodovine, religiozne, lovske in podobne. Izvedba kičastih del je bila prilagojena možnostim tedanje strojne proizvodnje; te so bile razmeroma skromne, zato se je tudi celotna podoba kiča temu nujno prilagodila v barvah in oblikih. Kar je izvedba glede na svoje možnosti izgubila, je bilo kiču dodano z bleščečim videzom in patiniranjem materialov.



**OBCINSTVO
JE SODELOVALO
PRI NASTANKU
KIČA —
KIČ OBLIKUJE
OKUS
IN USTVARJA
SVOJE OBCINSTVO**

Kot je bilo že zapisano, si nova socialno-kulturna skupina v mestu nikakor ni želela imeti kič, temveč samo novo, njej ustrezno kulturo. Ker pa ta skupina v okviru novega mestnega življenja ni imela možnosti ustvariti svojo kulturo, je sprejela tisto, kar jim je ponujala kapitalistična industrijska serijska umetnostna proizvodnja — kič. Pri tem je prišlo do pomembne soodnosnosti; **ni samo občinstvo ustvarjalo možnosti za nastanek kiča, kič je še močnejše vplival na oblikovanje okusa ne samo nove mestne skupine, temveč celotnega podeželja.** Ta okus se je s silno množično proizvodnjo kiča tudi silno razširil in to je rodilo mimo industrijske še ročno proizvodnjo kiča. Ta se po diletantski izvedbi zvesto naslanja na stereotip, kot ga je ustvarila primitivna strojna izvedba. Ta ročna izvedba je vedno tudi serijska in šablonska. Od srede 19. stoletja se je kič po vsej Evropi in tudi pri nas silno množil in širil. Tedaj pomeni zgodovinsko pomembno dejstvo za podobo tistega časa. Zaradi množičnosti je dokaj pomemben tudi za etnološko vedo, saj bi bila etnološka podoba Slovencev tega časa nepopolna brez orisa kiča, ki ga je nenehoma obkrožal in živo oblikoval njegovo zavest.



**RAZŠIRJENOST
KIČA**

O razširjenosti kiča v drugi polovici 19. in prvi polovici 20. stoletja moremo sklepat, po silno velikem številu kičastih predmetov, ki jih še danes vidimo po stanovanjih. Današnja množičnost in razširjenost kiča pa bi bilo mogoče ugotoviti le na podlagi obširnega raziskovanja; pomanjkanje sredstev nam je omogočilo le informativno raziskavo. Uporabili smo klinično metodo naključnih vzorcev opreme stanovanj v slovenskih mestnih, predmestnih in podeželskih naseljih. V vsaki kategoriji smo si ogledali po 50 stanovanj. Izsledki so takile:

Od pregledanih 50 mestnih stanovanj ima po enega ali po več kosov kiča za okras stanovanja 46 stanovanj, kar pomeni 92 %.

Od pregledanih 50 predmestnih stanovanj ima po enega ali več primerkov kiča za okras stanovanja 48 stanovanj, kar znaša 96 %.

Od pregledanih 50 podeželskih, največ kmečkih stanovanj ima po enega ali več primerkov kiča za okras 50 stanovanj, torej 100 %.

Razumljivo je, da je navedeno opazovanje zaradi majhnega števila vzorcev vendarle kar najbolj okvirno informativno. Povezano z vsakdanjo izkušnjo pa vendarle dopušča dokaj zanesljiv sklep, da ima danes vsekakor večina Slovencev v stanovanjih vsaj po en primerek kiča.

Pri tem smo kot indikator nalašč izbrali opremo stanovanj, zakaj stanovalec si je primerke kiča največkrat kupil po svoji izbiri. Torej nam prav oprema stanovanj morda najbolj izrazito kaže razširjenost okusa, ki je nagnjen h kiču in odprt zanj. Zaradi svoje razširjenosti se tedaj kič kaže kot ena izmed pomembnih nalog zgodovinske raziskave, zakaj silna množičnost kiča je vendarle ena izmed značilnosti našega časa in poprečnega posameznika. Ne nazadnje pa bi lahko v nekem pogledu govorili v zvezi s kičem tudi o eni izmed narodnih značilnosti (saj ga kvalitativno in kategorialno najdemo enakega pri veliki večini Slovencev in je tedaj ena izmed skupnih potez slovenske kulture. Pri tem je povsem nepomembno, da lahko najdemo podobne primerke kiča tudi pri drugih narodih, saj so elementi zahodne kulture bolj ali manj povsod enaki, le njihovo uporabljanje in sestavi so eno izmed poglobitvenih določil za oblikovanje naroda).



Značilno je, da danes v javnosti večkrat zasledimo proteste in boj proti kiču, tako v literaturi kot na likovnem področju. Takšni protesti izvirajo iz prav posebne plasti in posebnih pobud — o njih se bomo vprašali kasneje. Zanimivo je, da gredo ti protesti največkrat kar do zahteve po administrativni prepovedi. Argumentacija za to je največkrat okus ali (neutemeljena) trditev o škodljivosti kiča (največkrat v leposlovju) za mladino. Vendar je takšna zahteva močno naivna, saj ne upošteva socialne vloge in narave kiča. Ni namreč prave možnosti za učinkovito administrativno prepoved. Ta bi bila v nasprotju z interesi proizvajalcev, tržišča — kič bi po pollegalnih kanalih le prihajal do odjemalca — s tem pa bi verjetno dobil samo še večjo veljavo, ceno in zaželenost. Značilna šibka točka takšnega stališča je način argumentacije za administrativno prepoved ali za drugačen boj proti kiču. Argument, da je kič sad slabega okusa in da ga je zato treba izkoreniniti, je povsem nepomemben. Najprej moremo reči, da ne obstaja objektivno merilo, kaj je dober in kaj slab okus. Potem se je dobro zavedati, da je treba slab okus gledati v celotni sestavi človeškega življenja — v tej sestavi pa se kaže slab okus kot dokaj nepomemben element. Škodljivost kiča za mladino se običajno poudarja le pri leposlovju in filmu, češ da prikazuje izkrivljeno podobo sveta in vrednot, da ima posledice pri oblikovanju razmerja mladine od sveta.

Ob tem se te kritike opirajo na humanistične vrednote, kakor jih je izoblikovala preteklost. Ob tem je prezrto spoznanje, da so to vrednote svetá agrarne proizvodnje, to je svetá pomanjkanja, v katerem je bilo za obstoj družbe same potrebno odrekanje, žrtvovanje, plemenita nesebičnost. Podobno so te vrednote imele vso vrednost v času proletarskih revolucionarnih vrenj v 19. stoletju in še v času pred minulo vojno, kakor tudi pri nas v desetletju po osvoboditvi, ko so morali biti interesi po-

**BOJ PROTI
VULGARNEMU
KIČU
Z VIDIKA
PORABNIKOV
SKRITEGA KIČA**

sameznika čimbolj podrejeni interesom skupnosti, da je le-ta sploh lahko obstala in se razvila. Ko se je nehalo pomanjkanje pglavitnih dobrin in so nastale moderne življenjske oblike zahodne civilizacije, je smiselnost in funkcionalnost teh vrednot zamrla, saj so jo nadomestile druge vrednote, namreč uspeh in podobno. Verjetno šolska izobrazba, ki temelji na humanističnih vrednotah preteklosti, podaja mladini prav tako izkrivljeno enostransko podobo sveta, kakor jo na drugem koncu prikazuje kič.

Pri likovnem kiču je glavni argument odpora proti kiču v okusu. Ta argument pa po povedanem nima prave teže.

Takšen boj proti kiču praviloma izhaja iz družbenih plasti, ki so odjemalke t. im. »skritega kiča«. Potrebe po tej vrsti kiča nastajajo vzporedno s snobizmom na višjih stopnjah. Z izrazom snobizem mislimo način uresničenja teženj posameznika, da z opo-
našanjem postane član neke višje, »imenitnejše« družbene skupine ali plasti — če pa ji že pripada, se s takšnim vedenjem ali drugo dejavnostjo loči od drugih, »nižjih« alj manj »imenitnih« skupin in da s tem drugim prepreči vstop vanjo. Razumljivo je, da obstaja snobizem na vseh družbenih ravneh. Snobistično teženje po višjih kulturnih vrednostih katerekoli vrste torej ni pristno, saj snob ni zmožen dojeti resnične vrednote prisvojenih oblik, sprejema jih le površno.

V našem času in prostoru, ko je dokaj razširjena t. im. infantilna regresija (puerilizem), osebnotna nedozorelost odraslih — kar je tudi pomemben dejavnik pri razširjanju kiča in snobizma — snob ni zmožen dojeti umetnosti, temveč le kič. Vendar ima snob pri izbiri kiča za svoje potrebe drugačne motive kot poprečen občan, ki preprosto in iskreno kupuje kič v trgovini. Snob namreč želi tudi z umetnostno porabo zbuhati videz, da pripada bolj »kultivirani« družbeni skupini. Kič, ki je temu namenu primeren, mora torej imeti kultiviran, »umetniški« videz. Na nižji izobrazbeni stopnji morejo to biti originali, olja na platnu, na višji stopnji pa mora biti forma starinska, ali, kar je za predmet pričujočega sestavka pomembnejše — »moderna«, v resnici modna — na kopici umetnostnih dogajanj v Evropi. **Seveda je snob zaradi zunanjega, neintimno motiviranega razmerja do umetnosti zmeden in negotov pri ocenjevanju vrednosti**, zato se redno opre na otipljive momente, npr. na avtorsko »priznanega« oz. znanega avtorja, na novost ali formalno pripadnost dela kaki novi likovni struji. Ta pojav zlahka opazimo celo pri marsikaterih umetnostnih razsodiščih in kritikih, to pa samo priča o razširjenosti puerilizma in snobizma v sami organizaciji umetnostnega življenja.

Iz povedanega je razvidno, da je prav snobizem eden izmed temeljnih virov za razcvet skritega kiča. Snob lahko intimno sprejema le kič kot njemu ustrezno umetnost; ker pa »vulgarni« kič ne ustreza snobističnim potrebam, kakor je običajno tudi zaradi snobove faktografske, dostikrat visoke izobrazbe nesprejemljiv, se odloči za skriti kič s čimbolj modno in okusno formo. Sad teh potreb se v umetnosti kaže kot ogibanje človeškim problemom in največkrat odklon v dekorativizem in rafinirano igračkanje z likovnimi elementi. To je najbolj razširjena značilnost »skritega« kiča.

Potemtakem je razumljivo, da so prej opisane argumentacije za boj proti »vulgarnemu« kiču, ki so izšle iz snobističnega okolja, brez prave teže, zakaj bojujejo se samo proti eni vrsti kiča, ne proti celotni kategoriji, čeprav je učinek ene ali druge vrste enakovreden.



Razumljiva je tudi argumentacija z okusom, zakaj prav skriti kič je vprašanja okusnosti in aranžmaja razvil do kar najvišje mere — to pa je bilo seveda mogoče le v zvezi z ogibanjem resničnim umetnostnim problemom. Seveda je skriti kič našega časa, kateremu lahko najdemo predhodnika s podobnimi lastnostmi v akademizmu 19. stoletja, dobil tudi spremljajočo teorijo; zasledimo jo lahko v kritikah v dnevnem časopisju. Da izhaja ta teorija iz enakih pobud in družbenih plasti, kakor skriti kič, je razumljivo, zanimiva je bistvena prekvalifikacija filozofske misli, ki naj bi bila temelj tej teoriji. Dokaj lahko je opaziti, da je ta teorija imela za središče delovanja v upodabljalno umetnostih najprej t. im. upoštevanje akademskih pravil, in »čisto likovnost«, kasneje pa se v središče pozornosti in argumentacije postavlja likovna igra. Očitno gre pri obeh primerih za prekvalificirajočo simplifikacijo. V prvem primeru se poenostavlja spoznanje o tem, da se človek orientira in da spoznava in se zadeva v vidnem svetu prav tako kot v svetu zvokov ali svetu politike. Ta spoznava nikakor ne zanika obstoja intimnih človeških problemov v tem svetu, nasprotno, saj so ti problemi del tega sveta. Iz povedanega je razvidno, da je poenostavljanje tega spoznanja samo na vprašanje likovnosti brez človeških intimnih dimenzij — tedaj na vprašanje barve, kompozicije, mase, linije itd. tipična prekvalifikacija in razvrednotenje omenjenega spoznanja ter obravnavanje umetnosti na obrtni ravni. V drugem primeru je zlorabljen pojem homo ludens. Z osupljivo lahkotnostjo je porabljen samo del tega spoznanja in prekvalificiran v mnenje, po katerem naj bi bila kultura in tedaj tudi upodabljalno ustvarjanje le igranje. S problemom, da potem upodabljalno umetnosti sploh ne bi potrebovali, se poenostavljenci te teorije niso ukvarjali. Še manj se jim je zdel pomemben osrednji pomen te filozofske spoznave, po kateri je dejanski pomen »igre« v načinu ustvarjalnosti v človeškem življenju in tedaj tudi na umetnostnem področju. Seveda nima takšna interpretacija »igre« nobene zveze z igro ali igračkanjem. Ustvarjalno delo je zelo zelo daleč od dobesednega pomena besede igra. Pobude za takšno prekvalifikacijo in preinterpretacijo filozofskih temeljev, iz katerih se je potem razvila teorija, ki spremlja in utemeljuje skriti kič kot umetnost, so tedaj enake tistim, iz katerih se je skriti kič razvil. Prav z okusom in s formalnimi momenti motiviran boj proti vulgarnemu kiču se namreč kaže kot značilno dejanje snobizma, saj se s takim slabšalnim razmerjem do vulgarnega kiča snob postavlja kot pripadnik »kultivirane« skupine, ki sprejema »okusno«, »pravo«, »visoko« umetnost, čeprav je to dejansko le skriti kič.

Te pobude in družbena skupina, v kateri se oblikuje eno in drugo, so izraz interesov, ki jih rodi snobizem, pojmovan tako, kot smo nakazali v sestavku.



Obstajata torej dve formalni kategoriji kiča — vulgarni in skriti kič. **Že iz tega sledi, da kiča zgolj formalno sploh ne moremo določiti, temveč le z zgodovinsko pojmovno analizo, ki vidi v kiču del duhovno-socialnih struktur.** Potemtakem za kič nikakor ni bistven umetnostni diletantizem, kar menijo iz razumljivih razlogov odjemalci skritega kiča.

8

SKRITI KIČ IN NJEGOVO TEORETIČNO UTEMELJEVANJE KOT UMETNOSTI

FORMALNA NEDOLOČLJIVOST KIČA

Kič nam pomeni kvalitativno nov pojav na umetnostnem področju. Časovno je vzporeden z modernimi družbenimi sistemi, v katerih se je prostor zaradi izrednega porasta družbene in državne organizacije, komunikacijskih sredstev, množičnih občil, totalitarnega obravnavanja družbe kot porabnika s strani proizvajalcev in trgovine, silno skrčil. **V tem omejenem prostoru je nastala možnost, da se umetnostno oblikovanje spremeni v zgolj porabno blago in se tedaj oblikuje izključno glede na ekonomske interese ali interese moči.** Tudi v tem majhnem in preglednem prostoru družba seveda ni bila enotna, temveč razdeljena v družbene skupine, ki so se po okusu in odzivnosti na takšne ali drugačne umetnostne motivne komplekse močno razlikovale. Že zato je nastalo več formalno različnih vrst kiča, ki so ustrezale tej ali drugi skupini. Celotni družbeni sistem pa se je razvijal in skupine so se spreminjale — zato je razumljivo, da opažamo tudi pri kiču ustrezne razvojne spremembe.

Čeprav so se že pred 19. stoletjem tu in tam dobili nekateri izdelki, ki so bili formalno podobni vulgarnemu kiču, pred tem časom le ne moremo govoriti o tem pojavu. Tu mislimo zlasti na antiko, ko je bila trgovina silno razširjena in povezana in so se kazale nekatere oblike snobizma in življenja, ki so sorodne današnjim, npr. zametki turizma. Tako bi mavčni odlitki plastik Platona in Demokrita, ki so bile razširjene v starem Rimu, ali posnetki enega izmed tedanjih svetovnih čudes — Artemidinega templja v Efezu, ki jih je izdeloval srebrar Demetriji — ne sodili v pojav kiča, saj pri teh izdelkih vendarle ni mogoče trditi, da bi bili oblikovani izključno po neumetnostnih momentih.



VULGARNI KIČ

Tako je vendarle 19. stoletje rojstna doba kiča kot novega pojava, čeprav so bili slabi, diletantski in neokusni umetnostni izdelki dovolj pogostni v vsej človeški zgodovini. Vulgarni kič se je razširil iz opisanih vzrokov zlasti po odpravi tlačanstva, ko se je dotok novih prebivalcev v mesto silno pospešil. Tako pomeni letnica 1848 morda kar rojstno leto vulgarnega kiča, čeprav se je sporadično pojavljal tudi že nekoliko prej. Vulgarni kič se je najprej razširil med novimi mestnimi prebivalci, **med kmečke prebivalce se je širil počasneje, saj je tam v tem času prevladovala umetnost za kmečke domačije, ta pa kljub svoji preprostosti nikakor ni bila izdelana zgolj po tržnih zakonitostih.** Vzrok temu vidimo zlasti v delni osamljenosti vaške srenje in v kmetovi potrebi po umetnosti, saj je ta do konca 18. stoletja lahko dojemal upodabljajočo umetnost le po vaških cerkvah. Tedaj je kmet čutil potrebo po umetnosti, ki je bila pomemben dejavnik ob raznih veljavnostih in ekonomskih momentih, ki so sodelovali pri oblikovanju umetnosti za kmečke domačije. Zato moremo zapisati, da je bilo podeželje vulgarnemu kiču spočetka neprijazno. Le postopni družbeni razvoj in oblikovanje okusa, ki ga je opravljal kič, sta omogočila vdor vulgarnega kiča na podeželje proti koncu 19. stoletja.



Vulgarni kič se od svojega nastanka do danes formalno ni dosti spremenil. Preprosto, neuko oblikovanje forme, žive kričeče barve, vsesplošna razumljivost in ilustrativnost, videz dragocenih materialov so ostali bolj ali manj nespremenjeni. Razširil in spremenil pa se je le zlasti motivni repertoar, pač glede na področja, ki so se zdela ljudem pomembna ali so bila priljubljena. Spočetka so povsem prevladovali religiozni motivi, kasneje nastopijo lovski in ljubezenski prizori. Zlasti pomembni so bili »narodni« motivi, ki so pač rastle z narodno zavestjo, ker so v nji proizvajalci našli področje za donosen posel. Slike, kipci, veznine, v katerih so bili upodobljeni ljudje v »narodnih« nošah, seveda niso imele nič skupnega z resničnostjo kmečkega življenja, prikazovale so »poezijo« življenja slovenskega kmeta, ki naj bi bil večno jedro slovenskega naroda. V »narodnem« slogu so postavljali hiše, zaljšali njihovo notranjost in zunanost z »narodnimi« motivi. Izhajale so celo knjige, v katerih so bili takšni motivi izvedeni iz motivov umetnosti za kmečke domačije. Zelo razširjeni so bili majhni sadreni kipci, ki so zajemali motive od antike tja do podob svetovnjaških gospodičen. Takšno oblikovanje je zajelo spominke, šatulje in ostali drobiž do stenskih preprog in ni pretirana trditev, da ni bilo vrste drobnih predmetov, ki ne bi bili narejeni v tem načinu. Takšni predmeti so oblikovali okus in ustvarjali svoje občinstvo v tolikšni meri, da je prišlo celo do izdelovanja unikatov, ki posnemajo formo industrijskih kičastih izdelkov. Glede na umetnostno porabo je pomembno, da je s kičem nastopila likovna proizvodnja, ki je bila zaradi svojega smisla, vzroka in najmočnejše pobude, kapitalističnega dobička, tako množična, da je s svojim številom zasenčila vse, kar je bilo pred njo. To vrsto kiča imenujemo »**vulgarni kič**«. Ta vrst je nastala v prvi polovici 19. stoletja in se je delno nespremenjena, delno obogatena z nekaterimi novimi motivi, vendar formalno praviloma nespremenjena ohranila vse do danes.



Vzporedno z razvojem in širjenjem vulgarnega kiča je rastle »**skriti kič**«. Njegova prva pojavna oblika je **akademizem** 19. stoletja in časa pred minulo vojno. Leto 1848 ki je prineslo tudi dejanske pravne možnosti, da izginejo vidne razlike med družbenimi stanovi, je na eni strani pobudilo pomembne spremembe in pobude v kulturi nižjih, do tedaj podložniških plastih. Na drugi strani pa je pobudilo v kulturi plemstva in kasneje bogatega meščanstva pospešeno rast oblike snobizma, s katero so si do

sedaj tudi navzven ločene višje plasti prizadevale zapreti dostop v svoje kroge in na svojo kulturno raven prej tudi pravno ločenim krogom prebivalstva. Ta tendenca se je kazala tudi na področju likovnih umetnosti — te plasti so želele sprejemati predvsem umetnost, ki nižjim plastem ne bi mogla biti dostopna. Ker te pregrade ni bilo več mogoče postaviti finančno ali s pravnim pritiskom, so postavili za mejo izobrazbo in nekatere konvencije. To je bil akademizem, visoko tehnično kvalificirana umetnost. Razumljivo je, da ta umetnost ni smela odkrivati umetnostne resnice sveta, saj bi s tem zanikovala razloge, zaradi katerih je nastala. Zato je v duhu težnje, ki ji je bila v veliki meri vzrok nastanka — ostajala vkalupljena v okvire pravil in se je tudi razvijala samo v teh mejah. Ker je akademizem po svoji naravi prikazoval lažno podobo sveta, sodi v svet kiča. Najbolj se je razširil v slikarstvu z antičnimi temami ali romantičnimi motivi, posegel pa je tudi v notranjo opremo in drobno oblikovanje.



Naslednja razvojna stopnja akademskega skritega kiča je **nastop variante socialističnega realizma** po letu 1945. Po osvoboditvi se je zbudila v zvezi z revolucionarnimi družbenimi spremembami tudi želja po novi likovni kulturi. Navidezno je tej potrebi ustreglo oblikovanje v smeri idej socialističnega realizma, ki so prišle z revolucionarnimi idejami iz Sovjetske zveze. V duhu teh idej je bilo potrebno prikazovati »pozitivne« junake socialistične graditve, upodabljati prizore, v katerih nastopajo zadovoljni in nasmejani delavci in zlovoljni karikirani družbeno reakcionarni krogi. Neresničnost takšnega prikazovanja in spregledovanje vseh resničnih življenjskih problemov je na dlani, lažnica pa je bila tudi forma, v kateri so se morale te ideje ureničevati. Propagirana je bila akademska oblika, s katero je že samo po sebi zanikano umetnostno spoznanje sodobnega sveta. Resnica tega sveta namreč že od konca 19. stoletja naprej ni več spoznavna z naivno sprejeto perspektivično podobo na očesni mrežnici. Po formi se socialistični realizem v ničemer ne loči od skritega kiča fašistične in nacistične »umetnosti«. Nastal je izključno s pozicij in namena oblasti, za ohranitev moči in za manipulacijo s posamezniki oz. masami. Najbolj se je izrazil v spomeniški plastiki, seveda pa tudi v slikarstvu in arhitekturi.



Po letu 1948 je ideologija socialističnega realizma skokovito izgubljala veljavo in spet so se uveljavila resnična umetnostna prizadevanja, ki sicer v Sloveniji tudi pred tem časom niso zamrla. Vzporedno s takšnim razvojem pa se je zlasti v 60. letih obnem

z naglo rastjo premoženjske ravni in razslojevanja pokazala **nova oblika skritega kiča, ki se kaže v estetiziranju in modnosti**. V premoženjsko ugodneje preskrbljenih plasteh se je rodila tudi nova oblika snobizma. Te plasti so si kar praviloma delale počitniške »weekend« hišice, razkošno so opremljale stanovanja, nastala je potreba po raznih boutiquih, po viskiju, uvoženih cigarah, bridžu in podobnih porabniških dobrinah, ki naj bi dajale pečat neke imenitnejše družbene plasti z zahoda. V to področje je sodila tudi umetnost. Seveda je morala biti prilagojena tej zvrsti potreb in je morala biti na evropski ravni. V umetnosti te vrste je bil rezultat forma, bolj ali manj prilagojena konici evropskih likovnih dogajanj. Pri tem je nujno odpadla umetnostna spoznavna kvaliteta, saj se je bilo mogoče tej umetnosti vendarle približati le zunanje — zato pa sta bila sama forma in okus dognana do vrhunskih možnosti in prav to je omogočilo, da so sprejeli to zvrst umetnostne kulture tudi zunaj naših meja, seveda v sorodnih družbeno-kulturnih plasteh. To okusno oblikovanje, ki se sicer ogiba umetnostne in strukturalne povezave z resničnim svetom, je prav zato doseglo tisto mero estetskosti, ki je resnična umetnost nikoli nima, saj to ni njen namen in pomen. To oblikovanje je poseglo na vsa likovna področja, vendar je po svoji naravi najmočnejše v okrasnih predmetih, kakor tudi v slikah ali plastiki, ki so namenjeni krasitvi javnih ali zasebnih prostorov.



Iz osira razvoja in pojavnih kategorij je tedaj razvidno, **da kič nikakor ni isto kot diletantski, neokusni ali drugače v tem smislu slabi likovni izdelki**, čeprav so zlasti v vulgarnem kiču te lastnosti dostikrat pravilo. Prav tako je očitno, da je mogoče pojav kiča opredeliti le z zgodovinskim orisom nastanka in razvoja. **Kič tedaj pomeni vsako dejanje na področju umetnosti, kjer izključno prevlada kak neumetnostni vidik. Pri vulgarnem kiču oblikovanje absolutno obvladujejo komercialni vidiki, pri »umetnosti« totalitarnih režimov propagandni vidiki in vidiki manipulacije z državljani, pri skritem kiču pa potreba po ustrezanju snobističnim težnjam, ki nastopa hkrati s komercialnim momentom. Vsi navedeni vidiki pa se prepletajo pri t. im. kulturni industriji sedanosti.**

Kič torej ni kaka nadčasovna kategorija, temveč je zgodovinski pojav ne-umetnosti industrijske družbe. Kakor je ta družba diferencirana po premoženjskih, izobrazbenih, oblastvenih, veljavnostnih, poklicnih in drugih vidikih, tako je nastal tudi kič v več pojavnih oblikah, tako da vsem ustreza in vodi v vse družbene plasti.

Kič je potemtakem prilagojen odzivnosti celotne družbe, istočasno pa ima svetovno razsežnost, saj se v regionalnih variantah, vendar bistveno enak, kaže povsod po svetu.

Razširjeno mnenje, ki šteje za kič samo vulgarno različico tega pojava in se zavzema za boj proti vulgarnemu kiču, izvira iz vrst porabnikov skritega kiča. To mnenje je dokaj razširjeno prav zato, ker se porabniki vulgarnega kiča in drugi za skriti kič sploh ne zanimajo in do njega ne zavzemajo stališča. Vendar je bil skriti kič sedanjega časa večkrat opažen, čeprav s tem imenom še neimenovan. Ta izraz smo izbrali prav zaradi prej omenjene razširjene indoktrinacije. **Povednost tega termina naj bi**

izražala dejstvo, da je »dobra«, »pravilna«, akademsko kvalificirana in »okusna« forma prav tako lahko izraz ne-umetnosti kakor diletantska forma vulgarnega kiča, oziroma, da taka ne-umetnost prav s kvalificirano formo skriva svoj pravi pomen in obraz.



PRIHODNOST KIČA

Th. W. Adorno je vpeljal izraz kulturna industrija. S tem se je želel ogniti pojmovanjem, po katerih naj bi bila množična kultura današnjega časa sedanja podoba ljudske umetnosti. Z avtorjevim mnenjem, da kulturna industrija ni ljudska umetnost sedanjosti, se ne moremo strinjati, če pojmujeemo ljudsko umetnost kot umetnost, ki je povezana z ljudskim življenjem. Vsa druga merila za opredeljevanje pojma ljudske umetnosti, ki ne temeljijo na povezavi te umetnosti z življenjem ljudskih družbenih plasti, so se namreč pokazala kot validacijsko neustrezna in so dediščina romantike. Potemtakem moremo reči, da je ljudsko umetnost preteklosti v sedanjem ljudskem življenju zamenjala kulturna industrija, ljudska ne-umetnost sedanjosti. Kulturna industrija je namreč od srede 20. stoletja resnično posegla na vsa področja človekovega življenja in tudi v uradno, »visoko umetnost«. To dejstvo je bilo najjasneje opazeno v zloglasnem Poročilu z Jeklene planine, kjer so bili vidiki družbenega razvoja obravnavani mimo moralnih norm, zgolj z vidika stabilnosti družbe. Odlomek o tovrstni razvojni težnji v umetnosti se glasi: »Spričo čedalje večjega pomena, ki ga dobivajo poskusi ustvariti umetnost brez vsebine, bi to lahko šteli kot predujem svetu brez sporov. Nekak kult je nastal okrog nove oblike kulturnega determinizma, ki trdi, da tehnološka oblika kulturnega izraza determinira njegovo vrednost bolj, kakor to lahko stori njegova vsebina, razodevajoča pomen. Jasno povedana dedukcija tega stališča je v trditvi, da ni »dobre« ali »slabe« umetnosti, temveč je samo tista, ki ustreza svoji (tehnološki) dobi, in druga, ki temu ne ustreza.« V tem je kar najjasneje izražena ideologija »dobrega« skritega kiča kot integralnega dela kulturne industrije tudi v likovnih umetnostih.

Marksistične teze, da bo z daljšajočim se prostim časom nastala večja potreba po resničnih kulturnih vrednotah in večja poraba, je današnja praksa očitno zanikala, zakaj ta prosti čas je zavzela prav kulturna industrija. Ta pojav je v naši družbi morda še bolj očiten kakor drugje v razvitih deželah. Zelo ugodna dopoldanska razporeditev uzakonjenega 42-urnega delavnika in proste sobote sodijo med zelo pomembne dobrine našega standarda, saj ostane takemu posamezniku praktično prost vsak popoldan in še dva popolnoma prosta dneva v tednu, medtem ko je v drugih deželah delavec ali uslužbenec vendarle pet dni v tednu praktično povsem zaposlen z delom. Ta razlika je tolikšna, da je kljub manjši razvitosti kulturne industrije pri nas njen učinek vendarle vsaj tolikšen, če ne večji kot v razvitejših deželah. Za to mogočno silo, ki ima nedvomno svetovne razsežnosti in nadvse ugodne možnosti, da se bo še nadalje širila v »družbi obilja« po J. K. Galbraithu in v duhu »enodimenzionalnega človeka« po H. Marcuseju, je značilno, da se nadvse gibčno prilagaja in izkorišča možnosti, ki jih ji ponuja današnji svet. Značilno je na primer, da buržoazni roman-

tični kult umetnika in umetnosti ne samo, da ni minil, bil je, kakor je to ugotovil J. Gimpel, smiselno pritegnjen v komercializacijo umetnosti v kapitalističnem gospodarstvu.

Tako je razumljivo, da kič v vseh svojih kategorijah ne samo, da ni zamrl ali zaostal v napredujoči rasti, temveč se bo še nadalje silno razširjal. Vse korenine tega nadaljnega razvoja vendarle obstajajo že v današnjem času, tako v totalitarnih družbenih sistemih kot v sistemih družbe, kjer se kaže kot končni smisel vsega večja proizvodnja in potrošnja. Obe težnji družbenega razvoja sta bili nadvse plastično orisani v utopičnih vizijah Orwella v »1948« in Huxleya v »Krasnem novem svetu«. Oba pisatelja sta ostro opazila kot delni vzrok in posledico teh razvojnih družbenih teženj uniformiranje osebnosti s pasivno, topo zavestjo. In če gre razvoj dejansko v to smer, potem **se kaže kič danes ne samo kot sestavni del tega sveta, temveč tudi in predvsem kot njegov sooblikovalec.** Že vulgarni kič 19. stoletja je ustvarjal svoje občinstvo in dušil kritično zavest. Sodobne oblike kiča pa delujejo v tej smeri še toliko močneje, saj si pomagajo ustvarjalci skritega kiča tudi s pridobitvami psihologije in z visoko kvalificirano izobrazbo in tedaj dejansko nastopajo kot »inženirji za čustva« (Huxley).



Če zahteva umetnost aktivno sodelovanje in je njena funkcija v specifičnem spoznavanju sveta — potem kič, ki stopi na mesto umetnosti, posameznike pasivizira in ustvarja lažno podobo sveta. **Tedaj je kič ne samo le v blago spremenjena umetnost, je tudi pomemben pripomoček za manipuliranje z množicami, ki so ga uporabljali prav tako avtoritarni režimi kot potrošniške družbe.** Najočitnejši zgled za prve je klasicistična kičasta »umetnost« fašistične Italije in nacistične Nemčije ter danes še vedno prevladujoči kič socialističnega realizma v Sovjetski zvezi, za drugo pa vsa t. im. »amerikanizacija« umetnostne in druge kulture v slabem pomenu besede. Tako kič prve kakor kič druge vrste sta soustvarjala množico nesamostojnih in nekritičnih posameznikov. V prvih primerih je bil tovrstni kič državno propagiran in celo edino mogoč, saj so resnično umetnost zatirali in preganjali, v drugem primeru pa skriti kič z mehanizmi sodobne komercialne propagande, s prodajo in ugajanjem — resnično ustvarjalno umetnost bolj ali manj odriva v ozadje.

**NEGATIVNI
UČINKI KIČA**

Ob tako nakazani moči in težnji razvoja in razširjanja kiča se seveda zastavlja vprašanje, kako je s kičem v naši družbi. Težnje po uveljavljanju socialističnega realizma so bile pri nas občutne le nekako do leta 1948, po tem času je ta smer skritega kiča skoraj popolnoma zamrla. Pri tem se nam zdi pomembno, da kič te vrste pri nas vendarle nikoli ni bil uradno zapovedan kot edina možnost in da umetnost vendarle pri nas ni bila nikoli policijsko preganjana, čeprav je bilo nekaj pritiskov, največkrat od posameznikov. Vzporedno z liberalizacijo naše družbe pa se je pri nas vedno bolj uveljavljala kulturna industrija zahodnega tipa. Istočasno je z uvajanjem sodobnega menažerstva v umetnostnem življenju skriti kič prodiral tudi med dela resnejših ustvarjalcev. Zanimivo je, da je igrala pri tem pomembno vlogo stara slovenska iluzija o evropski kulturni ravni v slovenski kulturi. To mnenje je namreč nevzdržno. Prvič se moramo zavedati, da smo del Evrope in že prav zato soustvarjamo t. im. evropsko raven, ali pa jo, če hočete, s šibkejšim deležem v poprečju morda znižujemo (?). Drugič pa je povsem nedvomno, da je v Evropi lepo število pokrajin (npr. že samo v Franciji), kjer je kultura na prav takšni stopnji kot v Sloveniji, če ne na nižji. Tretjič ne moremo dvomiti, da je naša duhovna kultura (ki jo običajno pojmuje pod imenom kultura), vendarle odvisna od tradicije, od materialne in socialne kulture, in ne nazadnje, posredno, vendarle tudi od gospodarske moči. Zato je mnenje, da bi lahko na eni strani imeli vrhunsko duhovno, na drugi strani pa šibko materialno in socialno kulturo, povsem neutemeljeno. Na tem mestu nas zanima, kako je bila ta težnja po evropski ravni izrabljena pri ustvarjanju in vdiranju skritega kiča skupaj s prijemi sodobnega menažerstva. Razumljivo je, da je bila ubrana edina mogoča pot — **umetnost navidežno ubrati na najvišje evropske kulturne dosežke**. Spretno menažersko delo je tedaj tako ali tako vplivalo na delo ustvarjalcev, da so svoja prizadevanja prilagajali tako, kakršen je bil trenutno položaj na evropskem tržišču umetnin. Umljivo je, da je tedaj prevladala modnost nad modernostjo, in prav tako se je skriti kič bolj ali manj pritihotal v dela upodablajočih umetnikov, ostala umetnostna kultura pa se je tej težnji še lažje prilagajala. Pri tem je imel velik pomen snobizem, kakor smo ga opisali spredaj.

Ob skitem kiču in kulturni industriji pa se je ohranil vulgarni kič iz 19. stoletja do današnjega časa deloma nespremenjen, deloma pa razširjen z novo motiviko in v novih oblikah. Učinek raznih zvrsti je vendarle istovrsten, čeprav je učinkovanje vulgarnega kiča razmeroma šibko v primeri s skritim kičem. Zdi se torej, da je treba v družbi, ki si zavestno prizadeva postaviti socialistične odnose, kiču posvetiti večjo pozornost. Del družbenih in družbeno-političnih struktur pospešuje zlasti skriti kič, ki sodeluje pri manipuliranju z zavestjo posameznikov. Spričo popolne neraziskanosti tega pojava bi bilo seveda preveč enostavno misliti, da je to samo izraz tehnokratških in etatističnih administrativnih tendenc. Nedvomno pa je, da iz sorodnih teženj izhaja vsaj delno boj proti vulgarnemu kiču, saj prav s svojim obstojem posredno potrjuje skriti kič in vso kulturno industrijo. V zvezi s prej orisanim razvojem in pomenom kiča se tedaj z vidika ustvarjanja socialističnih razmerij kaže kot koristno in smiselno naslednje delo: znanstveno raziskati pojav kiča in ta spoznanja popularizirati, spraviti v zavest našega občana. Na drugi strani pa je treba poiskati smiselno pot za uveljavljanje in podpiranje resnične umetnosti, saj ta že s tem, da obstaja v svoji bistveni funkciji — spoznavi sveta, ustvarjanju sveta za nas — zahteva aktivno sodelovanje posameznikov, s tem pa integralno sodeluje pri oblikovanju samostojnega občana, opredeljenega s kritičnim mišljenjem in aktivno zavestjo. Ta pa je prav gotovo eden izmed pogojev in ciljev razvijanja samoupravljanja.

- S. Mikuž, Umetnost slepe ulice, Umetnost, Ljubljana 1941/42, XIX—XX, leto VI, 10—12
- C. Greenberg, Avante garde and Kitsch, Mass Culture, The Free Press, Illinois, 1959
- D. Macdonald, A Theory of Mass Culture, Mass Culture, The Free Press, Illinois, 1959
- G. Dorfles, Oscilacija ukusa i moderne umjetnosti, 4. in 5. poglavje, Zagreb, 1963
- A. Klosowska, Homogenizacija masovne kulture i stepeni kulture, Kulturni život, št. 6, Beograd, 1964
- P. Beylin, Struktura i funkcije spoleczne kiczu, Polska szutka ludowa, XX, 1966 in diskusija o kiču v isti številki
- M. Ilić, Sociologija kulture in umetnosti, Beograd, 1968
- K. P. Filipisky, Kič v vrtnem oblikovanju, Naš vrt, IV, 1969, št. 1—2
- J. Zoeller, Ich liebe den Kitsch, München, Südwest Verlag, 1969
- G. Dorfles, Il Kitsch, G. Mazzota Ed., Milano, 1969
- J. Gimpel, Contro l'arte e gli artisti, Bompiani, Milano, 1970
- Kaj je plaža, Anketa, Ljubljana, Karavana 1, 1970, Po večernih novostih, Beograd
- Između kulture i antikulture, Izbor 10, Ljubljana, 1970, Intervju z J. Onimusom, Po Realites, Pariz
- J. K. Galbraith, Družba, ki živi v izobilju, Ljubljana, 1964 (prevod)
- H. Marcuse, Čovjek jedne dimenzije, Sarajevo, 1968 (prevod)
- Th. W. Adorno, Resume o kulturni industriji, Tribuna, 1970, XX, št. 4 (po Th. W. Adorno, Ohne Leitbild, Parva Aesthetica, Suhrkamp, 1967)
- Nezaželeni mir, Mladinska knjiga, Ljubljana, 1969 (prevod)
- (Po L. C. Lewin & Monocle Periodicals, inc., Report from Iron Mountain, 1967)
- A. Huxley, Krasni novi svet, Življenje in tehnika, Ljubljana (prevod)
- G. Orwell, 1984, Ljubljana, Mladinska knjiga
- J. Huizinga, Homo ludens, Zagreb, 1970 (prevod)
- Anketa o razširjenosti kiča po slučajnostnem vzorcu, Terenski zapiski, Arhiv SEM

An attempt is made to define kitsch in the light of an outline of its historical development. In addition, the outline reveals the significance and essence of kitsch as a new phenomenon: the non-art of the industrial society. This phenomenon presents itself in the form of creative efforts which reflect nothing but some non-artistic interest. In the course of time, different social interests have been accompanied by different categories of kitsch.

The vulgar kitsch of the nineteenth and twentieth century is tailored exclusively along the lines of capitalist profit. It emerged by the middle of nineteenth century when intensive migration to urban areas, especially after the abolition of serfdom, gave rise to the development of the urban proletariat which soon began to thirst for a new culture. In the realm of art, this thirst was gratified by the capitalist production, which as the first in history, succeeded in transforming art into a salable commodity. Capitalist production required that vulgar kitsch should be mass-produced, cheap and in wide demand; it had to have a striking appearance in order to give the impression of being a bargain. In keeping with the flexibility of modern production and trade, vulgar kitsch was ever so rich in form, motif and application and as such has continued up in to the time of modern industrialized culture. Rather than kitsch, the new urban proletariat demanded new culture. In the interest of profit, however, they were fed kitsch which actively perverted their taste and in turn won great popularity among all, but especially lower, social strata. This process has continued up to the present times.

While vulgar kitsch points to unschooled effort, undercover kitsch hides under the cloak of academic knowledge. Undercover kitsch made its appearance in the academic paintings and sculptures of the nineteenth century and became firmly rooted in all arts by the beginning of World War II.

The abolition of serfdom triggered among the nobility and rich members of the middle class the development of a special brand of snobbery by which the quondam privileged social strata sought to prevent the former bondsmen from joining upper social circles and from attaining higher cultural levels. This tendency was discernible also in the realm of art. The lower social strata, frequently well-to do, craved for art which, however, was out of their reach. It was this snobbery that was mainly responsible for the emergence of academicism, a technically highly skilled non-art which could be understood only by the educated and those conversant with social conventions. It is evident that academicism was unable to reflect the artistic truth of the world, for if it had done so, it would have negated the main reason for its existence. Thus it remained within the bounds of conventions where alone it was able to thrive.

Another type of undercover kitsch-academicism is the classical realism of totalitarian political systems. This type publicizes and even prescribes academic forms which in themselves exclude an artistic perception of the world whose reality has, since the end of the nineteenth century, ceased to be naively perceived as a serene image received by the retina. This kitsch, sponsored by strong-arm politicians and manipu-

lators of masses, includes fascist and nazi non-art as well as Socrealism, now as ever the official non-art of the Soviet Union.

The third category of undercover kitsch is represented by part of the contemporary art tailored by and large to the demands of the market and art managers. The contemporary world is witnessing the emergence of a special snobbery which craves for »modern« art. Since a snob's motives towards art are insincere, he is uncertain in his judgement of artistic values. He, therefore, prefers art devoid of meaningful content. Thus, stress is laid on technological form, taste and esthetic dilly-dallying which lead to decorativism and indifference toward the artistic reality of our world. This phenomenon is observed in every single sphere of artistic endeavor; in becoming fashionable, modern form has lost its meaningful structural relationship with the reality of our world.

Kitsch sponsored by industrialized culture has expanded to planetary dimensions and has invaded our lives primarily through advertising whose essential and most effective element it is.

Kitsch is the image of everything that is false in history. Its negative effect is in that it makes human consciousness passive and uniform. Thus it contributes to the formation of individuals without personality.

In the struggle against kitsch, education, persuasion and ordinances have proved ineffective and even economically harmful weapons. Two things should, therefore, be done in order to create conditions necessary for the development of the socialist society: firstly, an inquiry should be made into the meaning and effect of kitsch, and, secondly, more favorable conditions should be created for the development of a genuinely creative art whose products call for active participation on the part of the recipient.

Veselo novo leto!

20









CENA 2 DIN.

BROJ

291

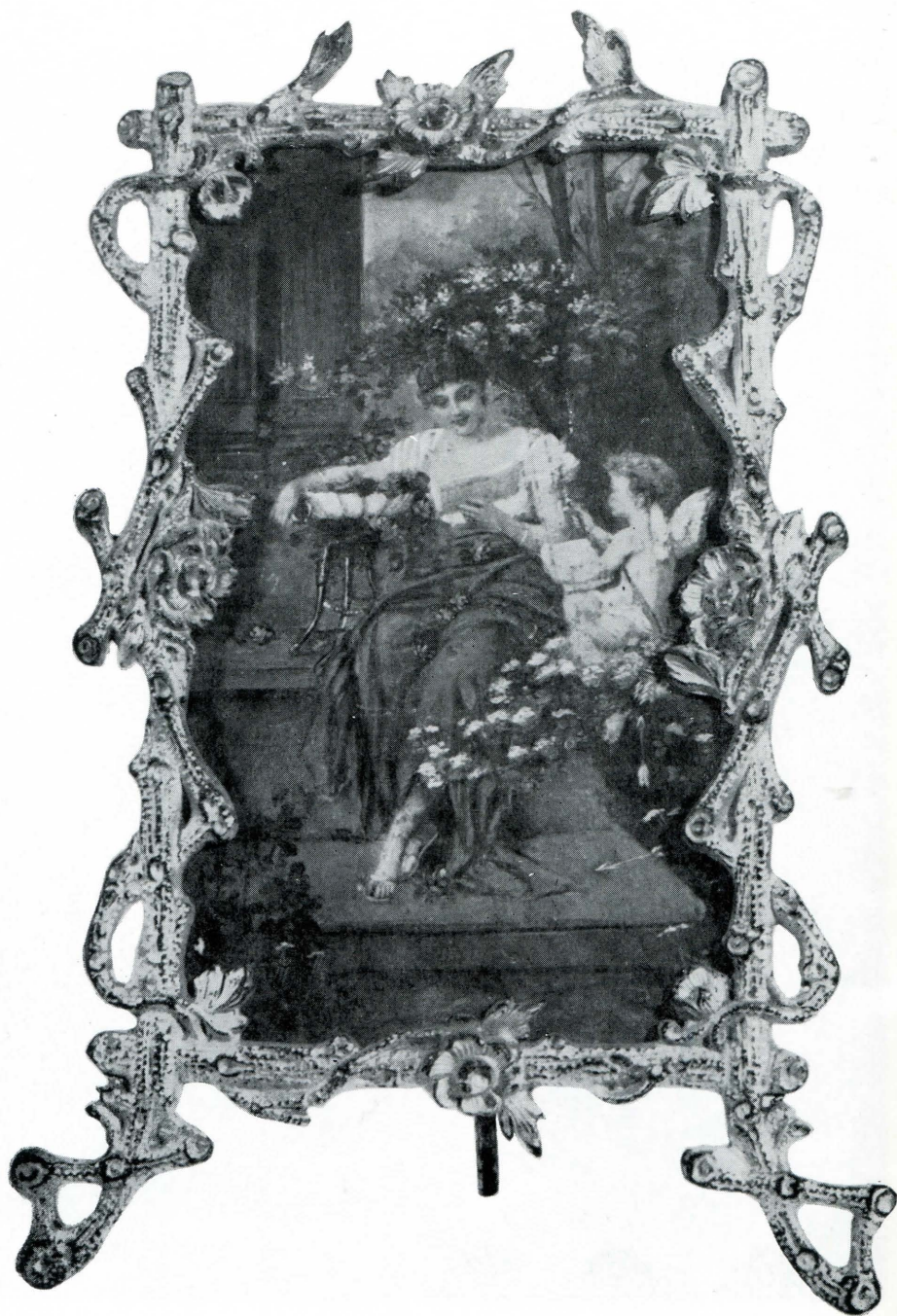
ZELENI DODATAK

DUGA

5. III. 1974



24







Na straneh 2, 20, 21, 22, 23, 24 primerki vulgarnega kiča
Na strani 25 primerek skritega akademskega kiča
Na strani 26 primerek skritega kiča — psevdoumetnosti avtoritarnih režimov
Na strani 27 primerek skritega kiča sedanjosti

**TEKST
K SLIKAM**

