

## OMUL KITSCH AL ZILELOR NOASTRE

„Toate perioadele istorice în care valorile suferă un proces de dezagregare sunt perioade de mare înflorire a kitsch-ului” (Hermann Broch)



Oamenii sunt diferiți și tocmai de aceea nu toți sunt atrași de simplitate. După cum afirmă Abraham Moles, Kitsch-ul este opusul simplității. Unii oameni vor să iasă din tipare, să atragă atenția prin detalii multiple împingând totul la extrem. Vestimentația, machiajul, atitudinea, comportamentul, obiectele, casele, decorurile... toate au în spate omul kitsch. Kitschului, se pare că îi place să atragă atenția. Dacă stăm bine să ne gândim este vorba de gustul fiecăruia, însă cultura esteticului definește ființa. Pentru o mare parte a populației, kitsch-ul face parte din viață, este o atitudine cât se poate de firească. Pe stradă, tot felul de lucruri bizare ne lovesc retina. Ele țin de prostul gust al oamenilor, de nepăsare, de dorința de kitsch, de lipsa unui sistem de valori, de disprețul față de decență etc.

Din păcate, acesta a pătruns în toate domeniile vieții sociale, și este vizibil peste tot.

Dar ce este, de fapt, un kitsch și de unde provine?

Despre termenul kitsch cunoaștem exact data și locul de origine. München, în Bavaria, în 1860. Acesta este utilizat în lumea artei pentru a indica produsele făcute de mântuială.

Etimologia sa rămâne totuși nesigură. Acesta derivă din verbul verkitschen, care în dialectul bavarez semnifică a vinde la preț scăzut sau a vinde cuiva altceva decât crede el că primește. Poate deriva și din verbul german kitschen, „a colecționa din gunoiul găsit pe stradă”. Poate deriva, de asemenea, dintr-o pronunție greșită a englezescului sketch, care se referă la schițele pe care turiștii anglo-americieni le cumpără de la artiștii de pe stradă, ca o amintire. Larousse definește kitsch sau kitch (germană) ca adjectiv invariabil și nume masculin invariabil. Se referă la un obiect, un decor, o operă de artă de prost gust sau o vulgaritate, intenționată sau nu, care îi încântă pe unii și pentru alții sunt respingătoare. Unii autori se referă la definiția de bază, cu privire la obiectul de artă, alții consideră kitsch-ul mai mult ca un fenomen social. Pentru alții, kitsch-ul este ceva mai înrădăcinat în om, emotional și existențial, care nu are nimic de-a face cu stilul.

Kitsch-ul influențează valorile fundamentale ale spiritului uman: frumosul, adevărul, binele. El poate deveni un mod de existență. Omul kitsch este definit prin mentalitate kitsch, gândire kitsch, comportament kitsch, relații și situații kitsch, chiar o concepție kitsch despre lume. Nu doar obiectele sau artele pot deveni kitsch, ci și atitudinea. Ea se manifestă printr-un comportament lipsit de naturalețe și stil, absolut nefiresc, ce are tendința de a copia personalitatea altcuiva, iar din această atitudine ia naștere omul kitsch, care își schimbă constant preferințele și este unor de influențat.

Mentalitatea kitsch este strâns legată de comportamentul subcultural, de lipsa de educație estetică, ce duc la alterarea gustului unor mase uneori impresionante de oameni, care se complac în compania unor forme lipsite de orice valoare artistică. Prezența kitsch-ului în viața modernă poate fi explicată și prin accesarea prea rapidă a unor oameni nepregătiți din punct de vedere cultural la poziții sociale înalte. Acest fenomen face parte din amplul proces de alienare a omului în condițiile

unei societăți ce întreține iluzia că fericirea poate fi obținută prin evadarea imaginară din real și prin convertirea criteriului comercial în criteriu estetic.

Lipsa de cultură, amestecul de valoare și nonvaloare, lipsa de orizont, toate contribuie la accentuarea tendinței de kitsch. El este ruda vulgarității și își are consumatorii lui. Kitsch-ul se naște și se dezvoltă în societățile în care se întâlnesc decadente și degenerări ori dislocări ale culturii tradiționale. Kitsch-ul conduce la dezumanizarea indivizilor, iar aceasta din urmă duce la conflict. Întotdeauna au existat diferențe de gusturi, care au dus la conflicte, însă promovarea componentelor kitsch nu duce decât la alterarea conflictelor deja existente, în societate. De exemplu, un rol important în răspândirea unor genuri muzicale, cum este manea, îi au factorii social-politici, economici, lumea haotică, lipsită de orientări clare în promovarea valorilor culturale, în care alterarea simțului frumosului a dus la proliferarea producțiilor kitsch: manea în locul muzicii populare sau lăutărești autentice, posterele în locul picturii de bună calitate, lectura tabloidelor în locul literaturii, jocurile mecanice și accesarea programelor de „entertainment” etc. Amploarea pe care manelismul a luat-o în prezent poate desluși realități ale vieții culturale românești, cultură amenințată de degradare și de pierdere a identității. Referindu-ne strict la genul muzical în care se înscrie manea, trebuie să precizăm că în istoria muzicii românești există germeni care au dus la înflorirea manelei actuale. Sociologii, filozofii culturii care au analizat psihologia poporului român cu luminile și mai ales umbrele care definesc tiparul caracterologic al românului subliniază că din pasiunea pentru tot ce este străin, din împrumuturi și imitații ale unor modele culturale de import, s-a ajuns și la pasiunea pentru melodia orientală.

Prin urmare, în televiziune, în presa scrisă, manelismul este atotputernic. În perioada comunistă idealul societății era omul nou. Astăzi, omul nou, aflat sub numeroase influențe, a devenit omul kitsch, un individ agitat, dezorientat, lipsit de o personalitate proprie.

Omul este doritor de frumos și de fericire, însă fără o educație estetică, acestea îl conduc spre acea nevoie de satisfacere imediată a lor, prin consumul de produse kitsch. Caracterul amăgitor al kitschului nu rezidă în ceea ce ar putea avea el în comun cu falsul efectiv, ci în pretenția sa de a le oferi consumatorilor săi, în esență, aceleași feluri și calități de frumos precum cele întrupate în originalele unice sau rare și inaccesibile. Kitsch-ul oferă frumosul instantaneu, susținând că nu există o diferență de substanță între el însuși și frumosul original, care este etern.

La jumătatea secolului al XIX-lea, Mihai Eminescu scria: „Un popor barbar își are industria lui de casă, meseriile lui, activitatea lui economică sănătoasă, deși primitivă poate. Când el, în loc de a da dezvoltare propriei sale munci, cumpără obiectele gata de la străini fără a învăța el însuși a le produce, e semibarbar”. Ceea ce se întâmplă astăzi în cultura României ne apropie de imaginea despre care vorbea Eminescu. Într-adevăr, există inteligență, talent, imaginație, creativitate în români, dar depinde doar de noi înșine și de alegerile noastre să schimbăm imaginea românilor în lume!

**ANDREEA-MONICA STATE-ȘTIRBU**

*Cercetător Sociolog*

**0%**

**User Rating:** Be the first one !