KITSCHUL – ÎNTRE ETIC ȘI ESTETIC

Daniela PETROȘEL
Universitatea „Ștefan cel Mare”,
Suceava, România

Abstract.*The present paper investigates the complex phenomenon of kitsch from an aesthetic and ethical point of view. Generally regarded as an inferior form of art, kitsch fails to generate an artistic experiences for its consumers. Thus, it perpetrates a collective pattern of aesthetic indolence, which substitutes the active and critical implication of the audience. The paper discusses the aesthetical standpoints of Clement Greenberg and Tomas Kulka, while an ethical judgment of the kitsch's system is mainly advanced by Karsten Harries and Bert Olivier.*
Keywords*: kitsch, anti Art, ethics, realism, aesthetic experience*

Multe dintre investigațiile asupra kitschului sfârșesc prin a fi liste de obiecte și fenomene, enumerări – cuprinse adesea de iritare – de grave deficiențe artistice, dublate de mobilizatoare și moralizatoare îndemnuri de a intra în contact cu arta autentică. Fără a ignora acest tip de abordări, am observa că apelul excesiv la exemplificare marchează o criză a teoriei. Căci lucrurile devin mult mai complicate când, în spatele piticilor de grădină sau a kitschului turistic, se caută principiile teoretice prin care toate aceste fenomene se abat de la regulile artei. Principii care să-şi demonstreze validitatea conceptuală atât în contextul paradigmei estetice a modernităţii, cât şi în cea, mult mai relaxată, a postmodernității. Principii care să acopere atât seriile de atribute semantice ale *obiectului kitsch*, cât şi dimensiunea subtil psihologică a *omului kitsch*. Toate aceste dificultățile metodologice sunt generate de lunga istorie a fenomenului kitsch, dar şi de complexitatea lui ce reclamă atât instrumentarul esteticii, cât şi pe cel al eticii sau al sociologiei.

Lucrarea tratează problematica kitschului din două perspective, parțial complementare: o abordare estetică, prin inventarierea și chestionarea argumentelor ce demonstrează că kitschul este o pseudoartă, și o abordare tributară eticii, axată pe variatele moduri prin care kitschul propagă nonvaloare, la nivel individual sau la nivel colectiv. Complementaritatea celor două chei de lectură este mai mult decât evidentă, căci nejunsurile artistice sfârşesc prin a face rău consumatorilor şi societăţii, în general, la fel cum nevoile consumatorilor de artă mediocră duc la propagarea acestei antiarte.

Lipsa valorii artistice este cea mai prezentă trăsătură în definirea kitschului. Anti-artă, artă de proastă calitate, artă ieftină sau artă de prost gust sunt câteva dintre sinonimele kitschului. Evident, încercarea de a portretiza kitschul sfârşeşte prin a fi şi o aproximare a condiţiilor artei; de aceea şi complexitatea problemei. Căci întrebării *De ce nu este kitschul artă?* îi urmează posibile răspunsuri – ancorate în sfera generalului sau a circumstanţialului istoric – legate de statutul obiectului estetic, de substanţa valorii estetice, de tipul de receptare etc. Toată presiunea conceptuală concentrată asupra kitschului se transferă artei, prin încercarea de a demonstra de ce nu este kitschul artă. Căci, cum spune Ludwig Giesz, „Câtă vreme adevărul artei rămâne un mister pentru noi, neadevărul kitschului va continua să ne producă neliniște.” (Radojičić, 2018: 264) Evident, există un kitsch clar, în care transparența defectelor estetice nu îi oferă nicio scuză. Dar mai există un kitsch ce se construieşte în imediata apropiere a artei, pe care şi pare a o imita cu mult succes.

Două sunt studiile pe care le considerăm emblematice pentru abordarea estetică a kitschului. Unul este cunoscutul şi frecvent blamatul (pentru poziţionarea superior estetică, tributară culturii înalte) eseu al lui Clement Greenberg, *Avangarda şi kitschul*, din 1939, celălalt este articolul din 1988, *Kitsch*, de Tomas Kulka. Cel de-al doilea autor va relua şi dezvolta ideile referitoare la kitsch într-un volum emblematic pentru acest subiect, *Kitsch and Art*, din 1996. Sunt două perspective teoretice ce alimentează antiteza artă-kitsch, tributară mai ales retoricii modernităţii. În postmodernitate, se mai atenuează această stridență a raportării, kitschul – reinventat drept „kitsch” sau *camp* – intrând mult mai hotarât în teritoriul esteticii.

Unic prin popularitate şi inflexibilitatea tonului critic, articolul lui Clement Greenberg poate fi cu uşurinţă plasat în miezul perspectivelor estetice asupra kitschului. Chiar dacă vede în kitsch un produs al revoluţiei industriale, criticul de artă e interesat de manifestările prin care acesta se abate de la regulile artei. E înfăţişat printr-o serie de defecte ce nu lasă loc interpretărilor: „Kitschul, folosind drept ingredient simulacrele corupte şi academizate ale culturii adevărate, încurajează şi cultivă această lipsă de sensiblitate. Ea îi este sursa de profit. Kitschul e mecanic şi operează cu formule. Kitschul este experienţă indirectă şi emoţii false. Kitschul se schimbă după stiluri, dar rămâne întotdeauna acelaşi. Kitschul este întruchiparea a tot ce este fals în timpurile noastre. Kitschul nu cere nimic de la clienţii lui, cu excepţia banilor - nici măcar timpul lor." (Greenberg, 1989: 10) Acest citat conţine mai toate ideile esenţiale asupra kitschului. Astfel, se vorbeşte despre perfecţiunea lui formală, despre inventivitatea lui în a recicla tehnici sigure şi de succes, despre uşurinţa de a adapta stiluri populare şi, nu în cele din urmă, despre modul în care oferă un simulacru al emoţiei estetice. Căci kitschul se deghizează în artă, dar văduveşte consumatorul tocmai de lucrurile pe care arta le oferă. Iar dacă arta presupune ideea de valoare, Greenberg e interesat de modul în care aceste valori se transmit – evident, diferit - prin opera de artă şi prin cea kitsch, valori legate de *recunoaştere*, *miraculos* şi *simpatetic*. El concepe un experiment al receptării având în prim plan doi pictori, Picasso şi Repin, cel de-al doilea fiind un pictor kitsch sovietic, înregistrând posibilele reacţii pe care un ţăran rus, rupt de satul lui şi de cultura populară în care s-a format, le-ar înregistra în faţa tablourilor acestor doi pictori. În cazul experienţei kitsch, identificarea receptorului este imediată şi fără efort, în vreme ce experienţa estetică necesită reflecţia spectatorului, acea distanţă frecvent menţionată ca esenţială în configurarea experienţei artistice. Kitschul nu îşi supune consumatorul efortului de a se implica activ în constituirea de sensuri, şi nu stabileşte acel permanent dialog dintre obiectul estetic şi receptor. El îşi menajează consumatorul, îi livrează adevăruri călduţe, plăcute şi uşor asimilabile. El nu tulbură receptorul cu incertitudini şi nu îl obligă să experimenteze un complicat proces de sondare interioară; el îi oferă cu pipeta doze mici şi verificate în timp, dintr-un ser ce se vrea al trăirii estetice.

Receptarea kitschului creează un flux continuu între realitate şi viaţă, fără a exista, în consumator, un filtru generat de înţelegerea convenţiei artistice. Partea miraculoasă ţine, spune Greenberg, de uşurinţa cu care privitorul recunoaşte subiectul tratat şi se identifică cu acesta. În cuvintele lui Greenberg, kitschul oferă efectul, emoţie digerată pentru un consumator prea grăbit ca să reflecteze, în vreme ce arta adevărată oferă cauza, un prilej pentru receptor de a deveni introspectiv. Astfel, kitschul devine artă sintetică, căci condensează travaliul receptării până la a-l face inutil, oferind comprimate pseudo-artistice. Lipseşte tocmai farmecul/efectul artei ce lucrează în conștiința receptoare, un farmec/efect tradus și prin durata receptării estetice; mânat de eficiență și efecte, kitschul *scurtcircuitează* (Binkley, 2000:139) procesul aprecierii estetice. De aceea, cum vom vedea în analizele etice făcute kitschului, acesta este vinovat pentru propagarea *lenei instituţionalizate* şi pentru anestezierea colectivă a raportării la realitate.

Cele trei condiţii ale kitschului pe care le identifică Tomas Kulka dezvoltă, într-un fel, idei din articolul lui Greenberg. Prima condiție, *Kitschul descrie un obiect sau o temă considerate de majoritate ca fiind frumoase sau foarte încărcate emoțional*, explică succesul la public pe care îl are kitschul. Mizând pe stimuli sentimentali, abordând subiecte ce, din start și dincolo de maniera de tratare, sunt plăcute publicului, kitschul vine în întâmpinarea așteptărilor maselor. Căci orice producător de kitsch ştie că „Nu trebuie să fie nimic deranjant sau amenințător în kitsch" (Kulka, 1988: 20). El nu trebuie să provoace obișnuințele receptorului, ci să i le confirme în permanență. Iar publicul larg va fi atras de teme din sfera drăgălașului și dulceagului, de tablouri cu valuri înspumate proiectate pe un țărm singuratic străjuit de un far, cu căsuțe idilice în ochiuri de pădure, sau cu răsărituri și apusuri. În egală măsură, și de textele de consum în care conflicte previzibile și fără substanță psihologică, purtate de personaje stereotipe, duc la finaluri trâmbițat fericite.

Cea de-a doua condiţie, *Obiectul sau tema descrise de kitsch sunt imediat și ușor identificabile*, surprinde tocmai absenţa, în interpretare, a conştiinţei convenţiilor estetice. În vreme ce arta autentică presupune o reinterpretare a obiectului – căci, la urma urmei, așa se măsoară măiestria

autorului –, kitschul este motivat doar de dorința de a reda cât mai fidel obiectul; acest *realism* dus până la copiere îi permite cititorului să dea curs unei identificări facile. Kitschul evită stilurile inovatoare, preferându-le, în mod evident, pe cele consacrate și cunoscute de publicul larg. Totuși, *realismul* kitschului e fals: deși pare a se construi cu instrumentarul reprezentării realiste, kitschul nu descrie lumea cum este, ci cum ar vrea oamenii să fie, sau constantele unei lumi de care lor le este frică. Iar cea de-a treia trăsătură, *Kitschul nu îmbogățește substanțial cunoașterea noastră despre subiectul descris*, atinge miezul periculos al acestui fenomen. Multiplicare de obiecte drăguțe motivată de obținerea unei satisfacții imediate, kitschul eșuează tocmai unde arta adevărată excelează; căci redundanța lui constitutivă amenință efectele estetice ale artei adevărate. Un obiect de artă este valorizat pentru calitățile lui estetice, nu pentru subiectele tratate. Dar reușita kitschului nu este o consecință a manierei de tratare, ci a temei propuse publicului; ea este astfel anterioară și în afara efortului creator. Deci, oricât de mult şi-ar propune, oricâte măşti înşelătoare şi-ar pune, câtă vreme receptarea lui ignoră tocmai strategiile artistice, kitschul nu poate fi artă.

Analizând kitschul cu instrumentarul esteticii, observăm că el eșuează spectaculos de, cel puțin, două ori: nu reușește să-și ia consumatorul drept partener în decodarea convențiilor estetice, căci acesta rămâne agățat de realitate; pe de altă parte, la nivelul emoției estetice, nimic nu se modifică în consumatorul de kitsch, căci acesta nu a făcut nicicând pasul înainte spre a intra în dialog cu obiectul estetic. Experiența estetică, ca tip special de trăire și/sau modalitate de cunoaștere și intuire a lumii și a frumosului, e absentă. De aceea kitschul rămâne captiv în propria solitudine (la fel și receptorul său), fiind, cum spune Karsten Harries, *monologic* (Harries, 1979:80).

Investigația etică a (anti)esteticului kitsch pare a fi împotriva regulilor evaluării artistice; și totuși, implicațiile profund imorale ale kitschului sunt strâns legate de eșecul său estetic. Unde arta nuanțează, kitschul simplifică, unde arta individualizează, kitschul uniformizează. Analiza estetică a kitschului presupune focalizare, în vreme ce o abordare estetică presupune extinderea spre contexte. Dacă obiectul kitsch, ca sumă de atribute distincte, nu se pretează unei analize etice, de vreme ce el devine obiect de investigație formală și semantică pentru estetică. Dimensiunea etică a kitschului ar sta astfel mai degrabă în profilul producătorului și al consumatorului, în omul kitsch, nu în obiectul kitsch. Și mai ales în efectele lui nocive, la nivel individual şi colectiv. Căci consumul de kitsch duce la simplificarea aperturii sentimentului şi a unicităţii (inclusiv de exprimare) a acestuia. Cum spune Robert Nozick „kitschul generează un simulacru al emoţiei, ce erodează şi degradează capacitatea de a simţi acea emoţie.” (Nozic, 2015: 366) Astfel, banalizarea sentimentului şi clişeizarea emoţiei sunt printre cele mai grave consecinţe colective ale kitschului. Într-un fel, kitschul transmite mesajul că iubirea înseamnă doar o serie anume de gesturi (petale de trandafir, cereri de căsătorie la malul mării etc.), că feţele copiilor trebuie şi ele să respecte anumite standarde de gingăşie şi drăgălăşenie etc. etc., înmormântând astfel originalitatea şi uniformizând sentimentul.

Kitschul e rău pentru că e minciună. Se vinde şi se consumă drept artă, deşi nu asta este. El e parte a unei rețele fundamentate pe înșelăciuni. Nimic și nimeni nu este ceea ce pretinde a fi în această schemă ce include producători, consumatori și obiecte. Raportat la mecanismele creatoare dezinteresate, la pasiunea ce animă artiștii adevărați, producătorul de kitsch stă sub semnul mercantilismului. Reciclând clișee, el manipulează dorințele publicului și livrează tipul de artă ce se cere. Acţiunile sunt sunt motivate de considerente financiare şi preferă reţetele sigute. La polul receptării, consumatorul ar vrea să aibă preocupări artistice, dar nu e dispus să investească prea mult timp (uneori şi bani) în acestea, aşa că, pe principiul eficienţei, alege o (anti)artă care să îi ofere acel simulacru de trăire estetică. Ambii dau dovadă de imoralitate, dar nu aici stă, de fapt, sensul profund al răului produs de kitsch.

Într-un articol ce chestionează dimensiunea profund vătămătoare a kitschului, *Why Should Be Afraid of Kitsch?*, Karsten Harries vorbeşte despre o anumită dispoziție, un ethos care încurajează producerea și receptarea aceste antiarte. Lucrurile îşi etalează complexitatea, căci nu prostul gust artistic este de condamnat, ci eșecul moral. Consumatorul vrea să fie înșelat, refuză să se deschidă spre complexitatea vieții, refugiindu-se în clișee și stereotipii ce-i asigură o fericire contrafăcută, iar producătorul kitschului oferă drept real ceea ce știe că este fals. De fapt, sensul profund al răului produs stă în chiar modul în care manipulează așteptările colective, prin faptul că pasivizează mulțimile,

anesteziindu-le spiritul critic. Nu întâmplător, mai toate regimurile totalitare au folosit cu mult succes această armă colorată şi aparent inofensivă a kitschului pentru a perpetua o stare de apatie colectivă. Kitschul e nociv pentru că îndepărtează individul de nuanţele vieţii, oferindu-o realitate contrafăcută.

În articolul *Kitsch and Contemporary Culture*, Bert Olivier prezintă şi el o perspectivă mai degrabă îngrijorată asupra kitschului; dincolo de sclipici și de coloritul vesel, kitschul traduce tensiuni legate de amintire și sentimentalitate, de rememorare și nostagie. Kitschul neagă complexitatea vieții, tradusă mai ales în aspectele ei negative, acoperind-o cu „un strat de sentimentalism, iluzie și falsitate, ce funcționează ca un anestezic sau, mai rău, ca un narcotic puternic, inducând o stare de stupoare, generată de negarea acestor trăsuri inevitabile ale finitudinii umane." (Olivier, 2003: 98) El întreține astfel iluzia unei lumi feerice, lipsite de durere și suferință. Consumatorul kitschului îşi trădează infantilizarea, tocmai prin acest refuz de a accepta faptul că lumea nu este doar zâmbet şi culoare, doar drăgălăşenie şi happy-enduri. Se complace astfel într-o stare de fericire artificial produsă şi întreţinută, o modalitate de a nega contondenţa realităţii.

Kitschul nu este doar artă de proastă calitate; defectele lui estetice au ample consecinţe etice, la nivel personal şi colectiv, şi sunt simptomele unei umanităţi ce refuză complexitatea lumii. Kitschul imită arta, dar eşuează în a favoriza experienţa estetică şi în a prilejui în receptorul său apariţia unor spaţii ale incertitudinilor creatoare. Tocmai pentru că lucrează cu certitudinile truismelor şi ale convenţiilor, kitschul e steril. El provoacă şi întreţine o fericire artificială, semn de anesteziere a spiritului critic şi de domesticire a dorinţelor. Iar spectacolul zgomotos şi colorat al kitschului contemporan s-ar putea să ascundă tensionate tablouri ale neliniştii şi nevrozei.

Bibliografie

BINKLEY, Sam, 2000, *Kitsch as a Repetitive System. A Problem for the Theory of Taste Hierarchy*, în *Journal of Material Culture*, vol.5 (2), p. 131-152.

GREENBERG, Clement, 1989, *Avant-Garde and Kitsch*, în *Art and Culture,* Beacon Press, Boston, pp. 3-21.

HARRIES, Karsten, 1979, *The Meaning of Modern Art*, Northwestern University Press, Evanston.

HARRIES, Karsten, 2007, *Why Should We Be Afraid of Kitsch?*, Nexus, nr. 47, pp. 127-147.

KULKA, Tomas, 1988, *Kitsch*, în „British Journal of Aesthetics", vol. 28, No. 1, Winter, pp. 18-27.

NOZICK, Robert, 2015, în *On Kitsch: A Symposium*, Friedlander Saul, Sontag, Susan;Howe, Irving;Nozick, Robert;Kauffmann, Stanley;Goldensohn, Barry;...Salmagundi, summer, 2015.

OLIVIER, Bert, 2003, *Kitsch and Contemporary Culture*, în South African Journal of Art History, volume 18, pp. 104-112, disponibil la https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/15012/Olivier_Kitsch%282003%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

RADOJIČIĆ, Marjana, 2018, *The Aporias of Kitsch*, în SYNTHESIS PHILOSOPHICA, 65, 1/2018, p. 263-277.

TENDINȚE ALE POEZIEI DOUĂMIISTE DIN REPUBLICA MOLDOVA

Dorina ROTARI
Universitatea de Stat din Moldova,
Chișinău, Republica Moldova

Abstract. *The goal of the paper is to determine the paradigm shift in Romanian poetry in the Republic of Moldova after 2000. The research aims to identify the general directions and specifics of the new poetic sensibility, as well as the continuity / discontinuity between the so-called 2000 generation and 1980s poetry.*

Keywords*: contemporany poetry, generation 2000, authenticism, biographism, neo-Expressionism.*