

## PERICOLUL KITSCH-ULUI

*asist. univ. Stela PLĂMĂDEALĂ*

*asist. univ. Elena ZAGAEVSCHI*

*asist. univ. Natalia BADAN - DOGARU*

*Universitatea Tehnică a Moldovei*

### Abstract

Among the general methods of fighting kitsch is necessary to mention the following: - An action thoroughly trained, competent conductor, which target specific aspects and basic components of the universe kitsch; - Reducing and then annihilate producing kitsch and creative activities by not only administrative measures; - Gradual destruction kitsch mentality acquired, printr un educațional work hard, complex, lengthy and at all levels, starting at preschool.

*“Gustul nu se formează decât prin contemplarea a ceea ce este excelent, nu a ceea ce este acceptabil”.*

*J. W. Goethe*

*„Tot văzând în jurul său numai exemple proaste, omul fără apărare ajunge să creadă în frumusețea acestor ineptii”.*

*Roger Avermaete*

Pentru designeri, artiști plastici, proiectanții de mobilier în deosebi de mobilă de artă, cunoștințele obținute în urma studierii istoriei stilurilor, de deținerea principiilor elaborării formelor, de pătrunderea unei sumedenii de detalii artistice, nu este nicidecum suficientă. Gustul, bunul gust, trebuie format și prin cunoașterea capcanelor periculoase pe care obiectele și în general arta kitsch le deshide permanent, neobosit, în jurul lor, cu orice ocazie și în orice colț al lumii. Dar ce este kitschul, ce reprezintă acest cuvânt și care este originea sa.

În 1860 la Munchen se folosea cuvântul „verkitschen” pentru a exprima o acțiune de degradare, o acțiune în sensul scăderii unui obiect, sau de a vinde cuiva

altceva mai prost decât lucrul solicitat.

În momentul de față cuvântul kitsch desemnează surogatul (înlocuitorul) de artă, de obiect artistic - adică un pericol estetic amplu și viu. Înțelegem prin surogat de artă un produs cultural neautentic consumat fie în lipsa celui autentic, fie datorită necunoașterii celui autentic.

Kitschul este un fel de distracție estetică, o metoda de înlocuire pentru consumatorul neavizat. Este o concretizare a atitudinii mercantile a artistului sau artizanatului interesat. Kitschul apare în toate sferile de manifestare ale vieții cotidiene (de la cel mai mic obiect la starea de spirit și la mentalitatea generalizată), ca expresie a satisfacerii unui gust estetic primitiv, nedezvoltat sau a unui gust estetic pervertit.

Cu un simț estetic demn de geniul său, Imanuel Kant atrage atenția asupra diviziunii artelor frumoase și arte agreabile. Educația estetică face posibilă pentru un individ integrarea bucuriei estetice în ansamblul vieții și al preocupărilor sale, ca om aparținând unei perioade istorice determinate.

Omul „bogat” în sensul unei multilaterale împliniri a forțelor sale esențiale, îi corespunde o trebuință umană bogată și variată, dar conștientizarea și stimularea acestei trebuințe nu se realizează întotdeauna spontan, prin ceea ce oferă, în plan material și spiritual, consumul.

Este evidentă necesitatea trecerii de la un consum posesiv la unul formativ, în care bunurile (materiale sau spirituale) însușite nu se rezumă la satisfacerea unei nevoi, ci se însumează, creând nevoi noi și generalizând valori transmisibile, care pot intra astfel în posesia tuturor. Bunurile însușite prin consumul formativ sunt astfel cele care îmbogățesc și definesc omul, arătându-i ce poate fi și deveni.

Educația estetică înseamnă un efort permanent de cunoaștere profundă a unei ierarhii de valori cunoscute, efort care consolidează gustul artistic, determinându-l să-și lărgească cerințele artistice de valoare.

Este necesar să facem diferența între bunul gust ca expresie superioară a capacității de a selecta și sistematiza lucrurile după măsura lor, și „gustul comun” înțeles ca medie statistică, sau ca părere a omului necultivat.

Principalele trăsături ale bunului gust sunt: - simțul măsurii; - respectul față de alte opinii; - spiritul de discernământ; - generozitatea; - relativa stabilitate unită cu dinamismul. Iar pe cel despre care vom spune că este lipsit de gust îl vom judeca pentru că: - nu are termeni de comparație valabili; - este dezinteresat sau disprețuitor față de opiniile altora; - nu renunță la ideile fixe.

Termenul de prost gust este în strânsă legătură cu categoria produselor pretins artistice, cu efecte nocive pe planul educației și al culturii individuale. O importanță caracteristică a kitschului este faptul ca el reprezintă un produs de masă și pentru mase. El este expresia cercetării, stabilirii și satisfacerii cerințelor, preferințelor și așteptărilor masei neinformate.

Satisfacerea și sporirea cerințelor pieței au fost favorizate și de unele

cuceriri ale secolului XX, fapt ce explica raspindirea rapida a kitschului:

- standardizarea, serializarea, automatizarea produselor industriale da naștere la o neglijenta a formelor, proporțiilor si culorilor doar in mica parte salvata de designeri;
- dezvoltarea mare a mijloacelor de transport si de mass - media, ce a antrenat dezvoltarea fara precedent a publicității, a turismului, etc.

Rezultatul este aparitia unei rețele ample de producători si vânzători kitsch, care isi creaza un public propriu cu simt estetic nedevelopat sau pervertit. In cartea sa de răscruce “Psihologia kitschului”, Abraham Moles menționează ca fenomenul kitsch se bazeaza pe o civilizație de consum care produce pentru a consuma si creaza pentru a produce. Iar satisfacerea cerințelor de masa chiar in condițiile unei civilizații foarte dezvoltate, nu se poate desfasura la nivelul unei inalte cote calitative.

Universul kitsch cuprinde:

- a) omul kitsch avand ca trasaturi definitorii conformarea comoda intr-un perimetru de reguli sarac, lipsa de caracter, de adevarata personalizare, prudenta, conformatism, lipsa de entuziasm, de inițiativa, de fantezie; omul acesta este incapabil de trăiri autentice, confunda aparenta cu esența, este complexat, elastic, adaptabil, dornic sa parvina;
- b) mentalitatea kitsch - exprima punctul de vedere al omului kitsch (de exemplu sonobismul);
- c) obiectul kitsch.

Obiectul kitsch se caracterizează prin materiale truate, deghizate (lemnul sau stucul imita marmura, vopseaua imita lemnul, plasticul imita metalul, textilele si lemnul, marmura) prin forme absurde, ornamente abuzive si cromatica stridentă.

Funcțiile obiectelor kitsch sunt la rândul lor mascate, denaturate (exemple: pixul pirogravat, creionul uriaș, vaza perforata, oglinda gravata).

Obiectul kitsch se mai poate caracteriza si prin cumularea de mai multe funcții (in stil gadget - obiect “drăguț” care satisface o nevoie inexistenta, un impuls imediat de achiziție), dintre care cel puțin una nu este folosita practic de loc, deoarece este satisfăcuta de obiecte tradiționale existente deja (exemple: pix cu cias, scrumiera cu termometru, pix cu bec, bricheta cu pix si bec, scaun cu suport pentru ciasca, etc.).

Obiectele kitsch se mai pot clasifica in: - modeste (farfurioare, bibelouri); penetrabile (pix, brichete, bijuterii); - superkitsch (cum este garnitura gigantica in maniera Boule destinata unui emir arab).

Este recunoscută, in formarea si consolidarea ambientului Kitsch, importanța decalajului dintre dezvoltarea materială si dezvoltarea spirituală, deaceia kitschul proliferează in zonele marginale de tip rural recent urbanizate. Trebuie menționata in acest context o sursa continua de obiecte de prost gust - producția de uz casnic- gospodaresc cu funcție utilitar-artistica ai cărei autori,

artizani, lanseaza o asazisa moda mestesugareasca accesibila.

Azi in cadrul artei populare se pot defini trei direcții dezvoltate:

- continuarea tradiției prin reproducerea de modele consacrate;
- crearea de forme noi in spirit tradițional si crearea de obiecte kitsch

(creatorii nu sunt artiști, ci meșteșugari...).

La mobilier, unul dintre motivele care favorizează crearea de obiecte de prost gust este nerespectarea (sau necunoașterea) principiu unitatii de forma, ornament, de stil, lipsa proporțiilor, utilizarea unor materiale si finisaje neatragatoare, ignorarea legilor armoniei formelor si culorilor, inadecvarea dimensionala si de varsta, inadecvarea compartimentării, etc.

Adaptarea ornamentelor populare la piesele de mobilier moderne cu tot efortul de stilizare si preluare creatoare, nu are ca rezultat decât tot un efect de kitsch.

Dintre metodele generale de combatere a kitschului este necesar sa menționam ca o acțiune temeinic pregătită, competent dirijata, care sa vizeze aspectele concrete si componentele de baza ale universului kitsch, restrângerea si anihilarea activităților creatoare, distrugerea treptata a mentalităților kitsch dobândite, prin munca educativa, complexa, de lunga durata si la toate nivelele, incepand de la cel preșcolar.

### **Bibliografie**

1. Abraham, Moles. *Psihologia kitsch-ului*. Editura Meridiane, București 1980.
2. Achitei, Gheorghe. *Frumosul dincolo de artă*. Editura Meridiane, București 1988.
3. Abraham, Moles. *Arta si ordinator*. Editura Meridiane, București 1974.