

## **Kič i šund kao pojava masovne kulture**

Autor: Kovačević Vanja

# КИЧ И ШУНД КАО ПОЈАВА МАСОВНЕ КУЛТУРЕ

## Увод

### *"Ништа није ново под сунцем" (Библија)*

Наравно и ова тема не представља неко епохално откриће, али треба напоменути и то да сви људи рођени под тим истим сунцем нису исти, па и њихова становишта и мишљења.

Пошто је потпуни назив овог семинарског рада *Кич и шунд као појаве масовне културе*, прво да се мало осврнемо на појам масовне културе. "Масовна култура није појава новијег датума. Мада је послератних година доживела посебну интензификацију постепено се развијала најмање два века. Настала је као споредни производ индустријске револуције, упоредо са индустријализацијом и урбанизацијом. Масовна култура се идентификује с вулгарном културом најнижег нивоа."

Колико пута смо само чули: "Какав је ово кич, па ово је без икаквог укуса"? Колико пута смо само прошли градом и угледавши неке запрепашћујуће рекламе, излоге, палкате стали у чуду? Свакодневно се срећемо са тим на телевизији гледајући разне спотове, емисије забавног типа, сада популарне шпанске серије које су преправиле наше просторе, сав тај гламур у нарочито фолк и народњачким емисијама са милион боја, неком симболичном публиком и сл. Колико пута свако од нас прочита неку књигу периферног аутора или пак љубавни роман са добро познатим завршетком препун "*отрцаних*" фраза. Наравно незаобилазни су разни часописи, магазини, ситни приручници итд. А да не говоримо о данашњим "*трендовима*" које већина прати да би били у току збивања. Међутим, да ли смо се запитали откуд све то потиче, како се родило то одсуство укуса, у не само нашој култури, већ широм свијета, зашто се то уопште појавило, да ли је могуће искоријенити то "*зло*", а ако је могуће како то учинити?

Никада није сувишна додатна ријеч на тему кича и шунда, па ће стога и овај рад бити посвећен тој проблематици. Постоји мноштво литературе на ову тему и свким даном настаје све више. Мноштво је дефиниција, критика, лијепо описаних примјера из свакодневног живота. Стога ћу ја покушати да из тог изобиља одаберем неколико аутора и да уз помоћ њихових стручних мишљења објасним феномен кича и шунда.

## Појам и неке дефиниције кича

"Између појмова кич и шунд постоји велика сличност, најчешће се они употребљавају у пару, али постоје и неке разлике. Кич би представљао комерцијалну замену за истинске културне и уметничке вредности, као и одређени начин живота људи, док би шунд био више везан за литературу и писану реч уопште."

*"Кич је производ масовне културе у коме преовлађује негативни ефекат."*

М. Илић

*"Кич је зло у врједносном систему умјетности, распродаја идеала по сниженим цијенама."*

Е. Фишер

*"Кич је стар колико и сама умјетност."*

Ф. Карпфен

*"Кич је умјетничка слабост, естетско застрашивање, декоративни неуспјех."*

К. Дешнер

*"Кич је извјесно дјело достојно презира."*

Л. Гиц

### Настанак кича и шунда

"Кич је у ствари немачки термин за популарну и комерцијалну уметничку и литерарну продукцију. Клемент Гринберг је прилично успешно објаснио друштвену и естетску страну кича и његову историју. Он је пошао од једне од основних поставки у социологији уметности, а према којој се **ниједна уметност не може озбиљније развити без ослоњања на њој одговарајућу публику**. У случају да таква публика не постоји, појава која је у развоју ће је сама обезбедити."

То његово објашњење би се могло парафразирати на следећи начин:

Кич је производ индустријске револуције, која је у Западној Европи и Америци код урбаних (тј. у граду настањених) маса обезбиједила општу писменост и образовање. Увођењем опште писмености способност читања и писања постаје најнижа квалификација која се тражи у друштву. Тако писменост престаје да буде показатељ рафинисаног укуса и културних склоности, као што је то био случај раније. Сељаци који су населили градове и формирали пролетеријат и градску ситну буржоазију, научили су да читају и пишу из разлога пословности. Пошто нису имали довољно слободног времена да се посвете традиционалној градској култури, а изгубили су осјећај за народну културу, представили су се као

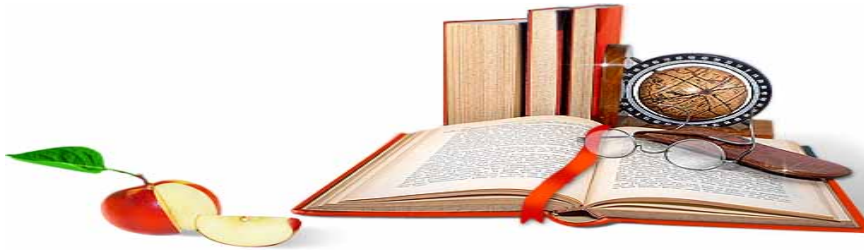
---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)

RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)  
[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)  
[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

[maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)