

1. Uvod

Kič, pojam kojim se najčešće označava loš ukus, ne pripada samo području umetnosti, već je i sastavni deo sociologije umetnosti i sociologije ukusa.

Ne samo da je karakteristika svih umetnosti, kič je prisutan kod svih načinima čovekovog izražavanja. Od likovne umetnosti, književnosti, filma, u 20. st. preselio se i na druga ne umetnička područja društvenog života od politike, smrti, turizma, reklama, a nadasve je prisutan u religijskom životu. Razlozi, vreme njegova nastanka, širenja, svrhe i uticaja bit će jedni od glavnih elemenata moga razmatranja. Sa sociološkog stajališta, posebno će me zanimati kako elementi kiča nastaju iz pojedinih društvenih procesa i obratno. Sva istorijska razdoblja u kojima dolazi do raspada vrednosti, razdoblja su u kojima možemo videti pojedine elemente kiča. Najrasprostranjenije je mišljenje kako kič nastaje u 19. st. kao posledica pokušaja uzdizanja srednje klase do elite i kako je isključivo umetnost masa. Činjenica je da postoji određeno razdoblje kada je tome tako, ali u današnje vreme kič je pojava koja ne štedi niti jedan društveni sloj. Kao sastav imitacije, kič kopira umetnost u svim njezinim specifičnim pojavama. Ali, kreativni se čin ne može imitirati. Imitirati se mogu samo najjednostavniji oblici i zato je kič krivotvorina, kopija umetnosti. Osim svog negativnog uticaja na umetnost, kič je jako pogodan za propagandu i zato su se njime koristili mnogi diktatori i totalitaristički vladari kroz istoriju našeg društva.

Kič je posledica razvitka kulturne industrije, masovne kulture, odnosno proizvod potrošačkog društva u kojem živimo, a što pokazuje njegova prisutnost u velikom broju aspekata čovekova života.

1. Šta je to kič?

Iako prevladava mišljenje kako je o ukusima bolje ne raspravljati, kako ukus nije zasebna kategorija o kojoj bi estetika trebala voditi računa, smatram da treba povući određenu crtu u razlikovanju ukusa i neukusa u različitim aspektima društvenog života, a posebno u umetnosti. Ukus je u istoriji estetike određivan kao sposobnost prosuđivanja lepote i umetnosti, a promena tog ukusa je ponajprije posledica promena u društvenim procesima.

Tako do znatnijih promena u društvu dolazi u vreme nastanka buržoazije u Evropi, u kojem je potrošačka roba često nosila simbole kopirane iz stilova života navodno prestižnijih likova. Ove se robe najbolje mogu okarakterizirati kao kič.

1.1. Kič u umetnosti

Kako se kič prvobitno javlja je u umetnosti, prvo ću ga pokušati definisati iz tog aspekta te zatim pokušat pronaći razloge njegovog pojavljivanja. Dakle, kič, termin nastao u Nemačkoj, tvorevina je 19.st. u kojem dolazi do prodora industrijalizacije i pojave brojnog građanskog staleža u Evropi. I pre je bilo osrednje umetnosti, ali ona je ipak pripadala tokovima autentične umetnosti. Postojala je hijerarhija umetničkih vrednosti, ali nije bilo kategorije koja se može smatrati umetnošću suprotnog predznaka; nečeg s vanjskim obeležjima umetnosti, ali što je njezina krivotvorina. Upravo je to karakteristično za kič. Pojavljuje se kada se pojedini element ili čitavo umetničko delo « prenosi » iz svoje autentične situacije i primenjuje u neku drugu svrhu, a koja je različita od one kojoj je bilo namijenjeno. Najpoznatiji primeri su alabasterne kopije Kosog tornja u Pisi, bezbrojne kopije Mona Lise na različitim predmetima svakodnevnog upotrebe i sl. Takvih je primera stvarno mnogo, a odnose se na remek dela umetnosti koja se reproduciraju u trivijalne svrhe i na neki su način obezvređena jer su postali kič simbolima. Poezija, muzika, slikarstvo, često da bi povećali umetničku poruku, vade umetničko delo iz njegovog konteksta i ubacuju negde drugde, te tako dolazi do alijenacije poruke te njezine informativne vrednosti, a to često odvodi kiču. To se događa svaki put kada se

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU

WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

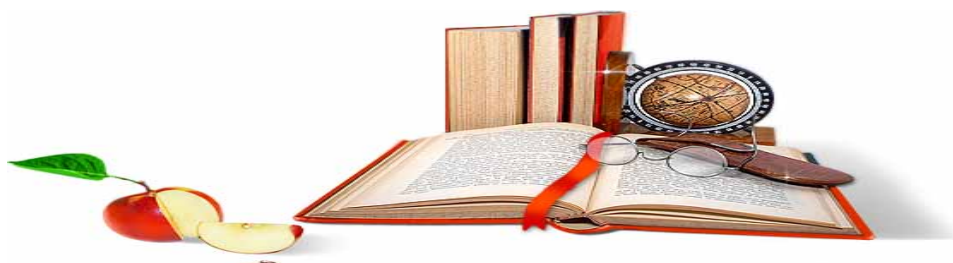
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

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

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MAGISTARSKI.COM

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

