



КИТЧ

Авторы: О. А. Назарова

КИТЧ, кич (нем. Kitsch; этимология неясна; возможно, либо от диалектного нем. kitschen – пачкать, мазать, либо от англ. sketch – эскиз), обозначение худож. продукции, относящейся к области [массовой культуры](#). Применимо ко всем отраслям последней: архитектуре, изобразительному и прикладному искусствам, музыке, литературе, театру, кинематографу и др. Предположительно термин «К.» сформировался на худож. рынках Мюнхена в 1860–70-х гг., где этим понятием обозначали дешёвые произведения живописи, приобретаемые представителями буржуазии, которые имитировали собирание предметов знатоками, стремясь таким образом приблизиться к их статусу. Распространение понятия приходится на 1920–30-е гг., когда К. в трудах Т. [Адорно](#), Г. [Броха](#), амер. критика К. Гринберга осознаётся как противоположность [авангардизма](#). Выделение этого явления связывают с пром. революцией и урбанизацией жизни в Европе и США, благодаря которым сформировался слой потребителей массовой культурной продукции. Это, в свою очередь, привело к стремительному развитию в структуре худож. жизни области, промежуточной между проф. иск-вом и [фольклором](#), частью которой стал К. (сувениры, безделушки, поп-музыка, реклама, комиксы, «бульварная» лит-ра, массовая кинематографич. и полиграфич. продукция и др.). В отличие от проф. иск-ва, К. не индивидуален, в отличие от фольклора – лишён фундам. архетипичности.

Принципиальной характеристикой К. является подражание высокому иск-ву разл. способами: использование цитат и характерных приёмов из известных произведений, которые К. механически перерабатывает; имитация его воздействия (К. стремится вызвать в зрителе сильные чувства простыми средствами, поэтому его осн. черты – сентиментальность и претенциозность). В совр. обществе К. играет важную роль в культуре потребления; его предметы могут быть дорогостоящими, являясь для владельца средством подтверждения собств. высокого социального статуса.



Китч. «Портрет четы Арнольфини». Макет по мотивам одноимённой картины Я. ван Эйка (1434, Национальная галерея, Лондон). Раскрашенный воск, ткань, дерево. 20 в. Музей восковых фигур (Буэна-Парк, штат К...

Практически с момента осознания К. как специфич. культурного явления он стал предметом рефлексии не только критической, но и художественной, темой проф. индивидуального иск-ва, иронизирующего над штампами массового иск-ва (дадаизм, поп-арт и др.). Постмодернизм, стирая границы между «высоким» и «низким» иск-вом, размывает тем самым первоначальное значение понятия «К.» и, реабилитируя его, включает, наряду с др. приёмами, в арсенал совр. худож. средств.

Литература

Лит.: Karpfen F. Der Kitsch: eine Studie über die Entartung der Kunst. Hamb., 1925; Giesz L. Phänomenologie des Kitsches. Hdlb., 1960; Dorfles G. Kitsch: an anthology of bad taste. L., 1973; Greenberg C. Avant-Garde and Kitch // Greenberg C. The collected essays and criticism. Chi., 1986. Vol. 1; Яковлева А. М. Кич и художественная культура // Знание. 1990. № 11;

Kulka T. Kitsch and art. Pennsylvania, 1996; Nerdrum O. On Kitsch // ARTnews. 1999. № 9; Adorno T. W. The culture industry. L., 2001; Broch H. Geist and Zeitgeist: the spirit in an unspiritual age. N. Y., 2002; Бодрийяр Ж. Общество потребления, его мифы и структуры. М., 2006; Эко У. Чужое безобразное, китч и кэмп // История уродства / Под ред. У. Эко. М., 2007.