

Масолбасова А.А., студ. 302 гр.

Научный руководитель – Воронович И.Н.

КИТЧ В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Современная массовая культура представляет собой один из важнейших феноменов XXI века. Понимание его содержания неоднозначно. С одной стороны, его определяют как негативное явление, свидетельствующее о модернизации экономики, социальной сферы, увеличении продукции культуриндустрии и т.д. С другой – положительное, способствующее доступности образования, возможности выбору потребления услуг и др.

В целом, можно отметить, что «массовая культура – это своеобразная совокупность общемировых потребительских элементов культуры, производимых в больших объемах промышленным способом, культура повседневной жизни, предоставленная большей части общества по самым разным каналам, включая средства массовой информации и коммуникации, с которыми она тесно связана. Содержанием массовой культуры является продукция современного промышленного производства, кино, телевидение, книги, газеты и журналы, спорт, туризм и т.д. Главной особенностью является то, что потребление этой продукции – массовое, (впрочем, отсюда и название «массовая культура») поскольку аудитория, которая воспринимает данную культуру, – аудитория больших залов, стадионов, миллионов зрителей телевизионного и киноэкранов» [4].

Китч-культуру исследователи рассматривают как массовую в ее самом низкопробном проявлении. Китч, как элемент массовой культуры символизирует точку максимального отхода от элементарных ценностей и

одновременно представляет собой одно из наиболее агрессивных проявлений примитивизации в искусстве. Само слово «китч» происходит от немецких глаголов «kitschen» (халтурить, создавать низкопробные произведения) и «verkitschen» (дешево распродавать, продавать за бесценок). Так, можно отметить, что в настоящее время в индустриально развитых странах наблюдается преобладание именно китч-культуры. Примерами того является использование китча в архитектуре (Дом Хундертвассера в Вене: на крыше здания растёт трава и кустарники, внутри некоторых комнат высажены деревья; разные по величине и форме окна) и моде (коллекции Джона Гальяно с использованием большого количества деталей и сочетанием несочетаемого).

Китч зародился в прикладном искусстве. Позже распространился на различные сферы искусства: от станковой живописи до всех видов искусства, в т.ч. не только традиционные – литература, музыка, театр, архитектура, но и кинематограф, телевидение. «Самое широкое распространение китч получил в 1950-х годах. Тогда начали выпускать «бросовые» изделия из пластика, копирующие образцы «высокого» дизайна, недоступные среднему потребителю. Кроме всего прочего, популярность китча можно было объяснить отсутствием у некоторых людей собственного вкуса» [1]. При помощи китча легко скрыть плохое эстетическое чувство, наполняя дом яркими и пёстрыми вещами, привлекающими внимание.

В 1960–1980-е гг. предметы китча стали распространенным явлением массовой культуры. Особую популярность приобрела продукция китча, предназначенная для создания интерьера.

«Вместе с развитием постмодернизма китч приобретает вид творческого течения. Его возвышают за его открытость, и он находит поле для реализации в рамках авангарда. Предметы китча стали использоваться

в интерьерах для придания особого эффекта именно благодаря их дурному вкусу. Эпатаж, мнимая роскошь и отрицание авторитетов – вот главные козыри китча» [1].

В современном мире китч настолько распространен, что специалисты выделяют несколько его разновидностей (Т. А. Фетисова):

- «ретрокитч – мода на классический исторический китч. Сегодня многие коллекционируют классический китч: статуэтки, коробочки, коврики, открытки;
- ярмарочный китч – современные рыночные кошки-копилки, игрушки, отдаленно напоминающие народные, и другие поделки;
- неокитч, включающий в себя дизайн-китч, гаджет-китч (различного рода сувениры, отличающиеся поражающей нелепостью: авторучка – карманный фонарик, запонки с термометром или пушка, стреляющая сигаретами);
- кэмп – псевдоинтеллектуальные образчики наиболее уродливых проявлений китча. Для кэмпа характерны повышенная театральность, любовь к искусственности, преувеличенность до гротеска» [2].

Но любой вид китча в отличие от подлинных видов искусства характеризуется тем, что китч, не ставит вопросов. Он не стремится вызвать волнение, а направлен на создание самоуверенного спокойствия. Подражая высоким художественным образцам, китч намеренно низводит их до банальности и пошлости. Таинственное и загадочное является постоянным предметом интереса китч-культуры. Также к предмету интереса китча можно отнести мировые события, моду, области современной науки, которые китч подаёт в вульгарном, утрированном виде.

Если изначально проявления китча широко распространились только в прикладном искусстве, то по мере его развития он начал

захватывать все виды искусства, в том числе кинематограф и телевидение. Одной из особенностей произведений китч-культуры является то, что они уподобляются произведениям настоящего искусства, но таковыми не являются. «К основным характеристикам китч-культуры можно отнести:

- упрощенную подачу проблематики;
- опору на стереотипные образы, идеи, сюжеты;
- ориентированность на обывателя, чья жизнь протекает скучно и однообразно» [3].

Нелепые и бесполезные предметы массовой культуры, которые имели статусное значение и производились серийно, можно относить к китчу. Но при этом много людей находят их привлекательными, а у кого-то они вызывают восторг.

«К особенности стиля относят: отстранение, оторванность объектов от их естественного окружения; вульгарность и напыщенность; банальность и фальшивость; грубое и преднамеренное смешение разных стилей; кричащее смешение цветов; переизбыток декора и др.» [1].

Таким образом, сейчас китч продолжает оставаться псевдоискусством. Однако при этом из дешёвой продукции с ярким проявлением безвкусицы он стал элементом массовой культуры, который позволяет человеку выразить свои идеи и мировоззрение без каких-либо ограничений. Можно сказать, что китч – это ирония человека над самим собой.

1. Гусаков, А.В. Как китч стал явлением массовой культуры // Платформа. – 2014. – 30 сент. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bers.platfor.ma/kitch/>. – Дата доступа : 12.03.2015.

2. Фетисова, Т.А. Культура города / Т.А. Фетисова // Человек: образ и сущность. – М. : ИНИОН, 2000. – С. 91–100.

3. Энциклопедический словарь по культурологии. – М. : Центр, 1997. – С. 190– 191.

4. Элитарная, популярная, массовая культура [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://studopedia.net/9_76877_elitarnaya-populyarnaya-massovaya-kultura.html. – Дата доступа : 19. 03. 2015.

Мацеша В.А., студ. 313 гр.

Навуковы кіраўнік – Бабко А. І.

ПРАБЛЕМА АБОРТАЎ У СУЧАСНЫМ БІЯЭТЫЧНЫМ ДЫСКУРСЕ

Біяэтыка – сфера міждысцыплінарных даследаванняў, сацыяльны інстытут, для якіх характэрна асэнсаванне, абмеркаванне і вырашэнне маральных праблем, спароджаных найноўшымі дасягненнямі біямедыцынскай навукі і практыкі.

Метад біяэтыкі мае дыялагічны характар. Яго сутнасць у публічным пагрунтаваным на рацыянальнай аргументацыі абмеркаванні праблем усімі зацікаўленымі бакамі з мэтай дасягнення паразумення і пошуку ўзаемапрымальнага рашэння.

Тэма дадзенага даследвання – адна з сучасных праблем біяэтыкі, праблема абортаў. У свеце робіцца каля 43 млн. абортаў у год. У ЗША ў 2008 годзе на 100 родаў прыпадала па 23 з паловай абортаў. У 2009 годзе ў Расіі зроблена 1млн 292 тыс. дадзеных аперацый. У Рэспубліцы Беларусь у 2012 годзе было выканана 28 з паловай тысяч абортаў. Гэта статыстыка ўказвае на маштабы праблемы.

У наш час абарты здзяйснююцца па наступных прычынах: