РОЛЬ КІТЧУ У ФОРМУВАННІ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

Множинська Р.В. кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Гарасименко О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: культурний феномен, візуальні рішення, естетичні практики, кітч, споживча аудиторія, естетичні концепти

Кітч у контексті культурного феномену продовжує викликати зацікавленість науковців у сфері візуальної культури і не тільки. Його популярність у сучасному мистецтві, дизайні, моді та масовій культурі спричинена можливістю об’єднувати традиційні художні цінності з елементами поп-культури, а це сприяє створенню свіжих візуальних рішень та естетичних практик. Аналіз культурного кітчу дозволяє не лише ясніше зрозуміти його місце в сучасному мистецтві, а й визначити його вплив на споживачів та процеси функціонування в контексті глобальних світових процесів. Саме тому дослідження феномена культурного кітчу є вагомим для розуміння масової культури.

Кітч як феномен масової культури відіграє значну роль у процесах формування колективної свідомості та популяризації культурних символів. Як зазначає Томаш Кулка, кітч «звертається до стереотипів, адже вони дозволяють створити ефект «легкості» та доступності для широкої аудиторії» [2, с. 52]. Масова культура, будучи орієнтованою на максимально широку споживчу аудиторію, активно використовує механізми кітчу для спрощення складних культурних та естетичних концептів.

Однією з ключових функцій кітчу у масовій культурі є його здатність інтегрувати мистецькі образи в побутове середовище. Це спрощення виявляється у використанні яскравих кольорів, стереотипних композицій та повторюваних символів, що сприяє створенню легкої, емоційно привабливої естетики. Як зазначають Крістін Конгдон і Доу Бленді, кітч «створює емоційне, інколи ідеалізоване, сприйняття реальності, яке може бути інтерпретовано як висока культура, хоча насправді воно є значно спрощеним і викривленим» [1, с. 199].

Кітч також виконує функцію культурного об'єднання. Використовуючи загальнозрозумілі образи, він забезпечує спільний естетичний код, який єднає різні соціальні групи. Наприклад, у сфері реклами та поп-культури часто використовуються образи, які відразу викликають емоційну реакцію та легко сприймаються. У кінематографі та дизайні кітч стає своєрідним візуальним маркером популярних тенденцій.

Незважаючи на свою поверховість, кітч є потужним комунікаційним засобом. Він не тільки формує споживчі смаки, але й сприяє популяризації мистецьких образів, роблячи їх доступними для широких верств населення. Як зазначає Роберт Соломон, «кітч має амбівалентний

характер: він одночасно викликає відторгнення у представників високої культури та задовольняє естетичні потреби масової аудиторії» [4, с. 8].

Отже, роль кітчу у масовій культурі є двоїстою. З одного боку, він спрощує мистецькі та культурні явища, що може призводити до втрати глибини та змістовності. З іншого боку, він виконує важливу функцію демократизації культури, роблячи її доступною для всіх. Його здатність адаптувати мистецтво під потреби широкої аудиторії свідчить про його значний вплив на сучасні культурні процеси.

Список використаної літератури

1. Бленді Доу та Конгдон Крістін. What? Clotheslines and Popbeads Aren't Trashy Anymore?: Teaching about Kitsch: journal article, National Art Education Association, 2005, Vol. 46, No. 3 (Spring, 2005), С. 197-210.
2. Кулка Томаш. Kitsch and Art: University of Pennsylvania Press, 1996. С. 200.
3. Моль А. Le kitsch: l'art du bonheur. Mane, 1971, С. 246.
4. Соломон Роберт. On Kitsch and Sentimentality. The Journal of Aesthetics and Art Criticism. Vol. 49, No. 1 (Winter, 1991), С. 1-14. Published By: WileyInnovative pedagogical technologies: train. К.: Academvudav, 2004. С. 352.

ФЕНОМЕН УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Сказін Д.А., аспірант
Науковий керівник: Степанова О.А., доктор культурології, професор, професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: феномен, ідентичність, мова, колективна пам’ять, культура, європейський простір, самовизначення.

Українська національна ідентичність є складним культурним конструктом, що формується в процесі історичної еволюції, соціальних змін і глобальних трансформацій. Вона розглядається не лише як продукт етнічної спадковості, але й як феномен колективної пам’яті, символічних систем і соціальних практик. З точки зору сучасної культурології, національна ідентичність є динамічною структурою, що постійно взаємодіє з іншими культурами, зберігаючи власну самобутність. Як наголошують Б. Андерсон [1] і Е. Геллнер [2], нація є уявленою спільнотою, яка твориться через дискурс, міфи та культурні символи.

В українському контексті цей процес відбувався під впливом різних державних утворень: від Київської Русі до сучасної незалежної України. Важливо зазначити, що взаємодія з іншими культурами на території України сприяла формуванню специфічного національного коду, що поєднує різні етнокультурні елементи. Значний внесок у дослідження