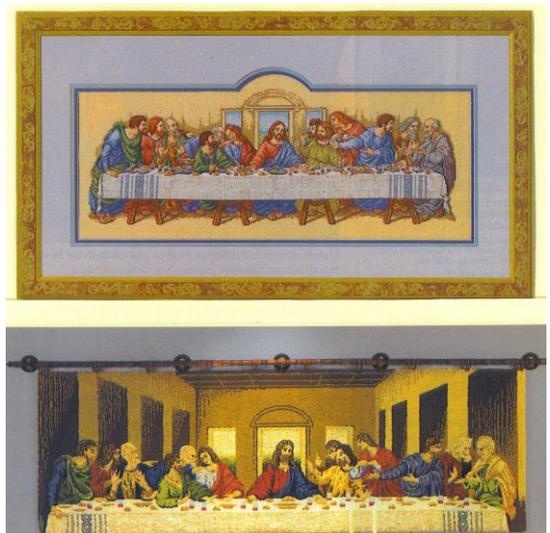


## Kitsch

Das Wort „Kitsch“ stammt von einem alten Wiener Mundartbegriff nämlich „kitschen“. Ursprünglich meinte man damit „den Straßenschlamm zusammenscharren“, im übertragenem Sinn auch etwas herabsetzen, verbilligen. Der Begriff tauchte Mitte des 19. Jahrhunderts im Kunsthandel auf für billige, anspruchslose, sentimentale Modebilder, die massenhaft hingemalt wurden mit Motiven, die viel Gefühl wecken sollten: Engel, Heilige, Blumen, liebe Kinder und Mädchen in hübschen Kleidern vor lieblichen Landschaften mit süßen kleinen Hunden und vieles mehr. Produkte, die als Kitsch bezeichnet wurden, waren für die Kritiker also nicht mehr wert als Straßendreck.

Die beginnende Massenproduktion machte immer niedrigeren sozialen Schichten immer mehr Güter zugänglich. Objekte, die anerkannt von „gutem Geschmack“ zeugten, wurden besonders gern kopiert und in billigeren Materialien industriell in großer Zahl produziert. Sie wurden gekauft, um den eigenen guten Geschmack zu beweisen, die Käufer waren zu wenig gebildet, um selbst über die Qualität der Produkte zu urteilen.

Diese Methode ist auch heute noch lukrativ, zum Beispiel wird Leonardo da Vincis Wandgemälde das Abendmahl in vielfältiger Form angeboten, als Stickbild, als Wandbehang zum Selberknüpfen (siehe Bildbeispiele), als Porzellanteller, als Kunststoffrelief ,...



Merkmale von Kitsch sind:

*Kitsch ist oft Massenware aus billigem Material.*

*Kitsch ist unecht, täuscht etwas vor, was gar nicht da ist.*

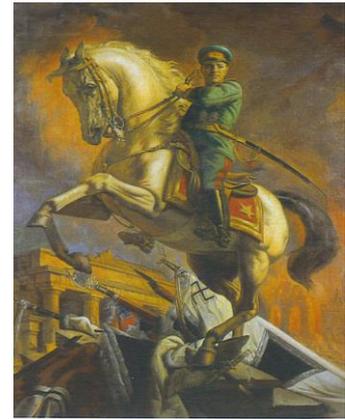
Zum Beispiel golden gefärbter Kunststoff soll wertvoll wirken. Auch die Vortäuschung von Kunst gehört dazu: Wie vorhin schon erwähnt, werden oft Kunstwerke billig nachgemacht, in plumper Form, aus anderem Material, in anderer Größe. Dann passen aber der ursprüngliche Inhalt des Werkes und die nunmehrige Form nicht mehr zusammen. Ein Beispiel dafür ist die über 4m große Renaissancefigur des David von Michelangelo aus Marmor. Er symbolisierte ursprünglich auch das starke Bürgertum von Florenz. Die kleinen Nachahmungen aus Kunststein, die oft in privaten Gärten zu sehen sind, können das nicht mehr, Form, Material und ursprüngliche Idee passen nicht mehr zusammen, das kitschige Stück dient nur mehr Dekorationszwecken und soll vortäuschen, dass man etwas von Kunst versteht. Auch in der Architektur findet sich Kitsch: Ein Hotel in den Alpen, das den Stil der alten Tiroler Bauernhäuser in riesiger Dimension nachahmt, mit Stahlbeton gebaut, soll alte Tradition und Gemütlichkeit vortäuschen.

### Kitsch soll Gefühle wecken:

Vor allem dieses Merkmal ist der Grund, warum ein gut florierender Markt für Kitsch entstanden ist.

Bei der Darstellung von Menschen und Tieren wird das Kindchenschema eingesetzt: Großer Kopf, runde Kulleraugen, kleines Näschen. So wirken sie besonders lieb und niedlich (Gartenzwerge, Plüschtiere, Puppen,...).

Mit den Gefühlen spielt auch religiöser Kitsch, Andenkenkitsch und ideologischer Kitsch. Im ideologischen Kitsch wird ein vereinfachtes Weltbild dargestellt: Gut oder Böse, nichts dazwischen, die Guten, das sind die Helden der Arbeit im sozialistischen Realismus oder die edlen Bauern und Soldaten im Nationalsozialismus.



### Bildbeispiel:

Wassilij Jakowlew, Marschall Schukow vor dem Brandenburger Tor, 1946

Kitsch ist der Bestandteil von vielen Hollywoodfilmen oder von Werbung, in der die heile Welt gezeigt wird und die damit unser Urbedürfnis nach Liebe und Geborgenheit befriedigt.

Kitsch findet sich im Alltag in zahlreicher Form:

Es gibt kitschige Dekorationsgegenstände, kitschige Filme, kitschige Bücher, kitschige Heiligenstatuen, kitschige Bauwerke, kitschiges Spielzeug, kitschige Andenken, kitschige Bilder, kitschige Werbung, kitschige Gebrauchsgegenstände, kitschige CD-Cover, kitschige Buchumschläge, kitschige Handy-Apps und vieles mehr.



Kitsch und Kunst können auf mehrere Arten miteinander in Verbindung treten:

1. Kunstwerke werden kopiert und billig als Massenware nachproduziert.
2. Kitsch wird zum Stilmittel von Kunst.

Die Einbeziehung von alltäglichen Gebrauchsgegenständen in die Kunst hat schon Marcel Duchamp um 1900 praktiziert. Seine „Ready mades“ sind Produkte, die er zu Kunstwerken erklärt hat. Sein provokantestes Stück dieser Art ist der Abguss eines Pissoirs, 1917, das er Die Fontäne nannte.

Mitte des 20. Jahrhundert begannen Künstler die Motive der Alltagskultur, die bis dahin als kitschig verachtet wurden, aufzugreifen, vom Suppendosendesign über Comics bis hin zu Filmstars.

In der sogenannten Pop Art wurde die Popularkultur als kreative Formel für Zeitgeist anerkannt.

Ein bekannter Vertreter der Pop Art, Andy Warhol suchte sich für seine Bilder Motive aus dem Alltag mit hohem Bekanntheitsgrad, er kopierte sozusagen Alltagsbilder und ließ sie im



Siebdruckverfahren drucken. Es war für ihn ein logischer Schritt, Massenprodukte auch als Bild in sozusagen massenhafter Wiederholung vielfach abzubilden.

Bildbeispiel:

Andy Warhol, Green Coca-Cola Bottles 1962, Siebdruck.

Weitere Bildmotive waren für ihn noch andere bekannte Markenprodukte, prominente Leute, Elvis Presley, Marilyn Monroe, bekannte Abbildungen aus Zeitungen. Was ihn allerdings von billiger Massenproduktion unterscheidet, ist dass in Wirklichkeit keiner seiner Drucke genau dem anderen gleicht, er hat sie oft noch händisch korrigiert und sich außerdem die formale Anordnung seiner Bildmotive sowie die farbigen Verfremdungen sehr genau überlegt.

Ein anderer Pop Art Künstler, Roy Lichtenstein, fand seine Bildmotive in den massenhaft verbreiteten Comics. Er malte Bilder, die aus einem Comic stammen könnten, groß und mit Punkteraster. Gerade dieser Raster vermittelt dann den Eindruck von vergrößerten gedruckten Bildern. Doch sind diese Bilder dann keine Massenware mehr, Bildausschnitt, Bildinhalt sind gezielt ausgewählt und das ganze Bild ist ein von Hand gemaltes Unikat.

Bildbeispiel: Roy Lichtenstein, Blonde Waiting, 1964



In den kommunistischen Ländern des Ostblocks entwickelte sich ab den 1970er Jahren im Untergrund eine sozialkritische Strömung. Die aller verwendeten für ihre Bilder alle vorgeschriebenen Regeln des sozialistischen Realismus, sodass die Bilder enorm kitschig wirken, bauten aber mehr oder weniger versteckte kritische Anspielungen ein.

Bildbeispiel: Erik Bulator, Sonnenaufgang oder Sonnenuntergang, 1989, Öl auf Leinwand, 2m mal 2m

Ähnliche gesellschaftskritische Bilder entstanden auch in den USA, in Japan, in Südafrika. Man nennt sie heute auch „Kitsch- Art“. Dieser Name ist eigentlich ein Widerspruch in sich.

Die Künstler verwenden süße und romantische Motive, die aus Alltag, Medien und Kunst bekannt sind. Die Kunstwerke wirken auf den ersten Blick kitschig und harmlos, haben aber immer eine hintergründige Aussage.

Stellvertretend für zahlreiche Künstlerinnen und Künstler hier zwei Vertreter:

Ein kommerziell sehr erfolgreicher Künstler ist



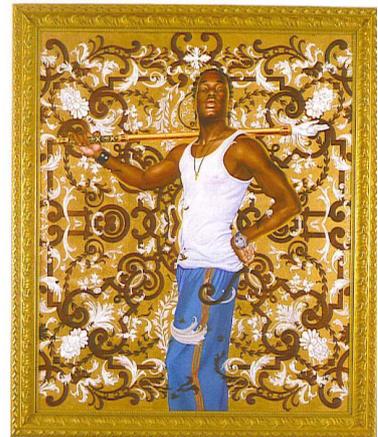
Jeff Koons. Er schafft Skulpturen und Bilder, die aus einem Bestellkatalog für Dekorationskitsch stammen könnten, die aber mindestens lebensgroß sind und aus Porzellan, Stahl, Holz oder digital bearbeitet.

Auch wenn sie kitschig aussehen, sind sie doch Einzelstücke. Durch ihre Übergröße lassen sie die Scheinwelt, die sie darstellen, so richtig deutlich werden. Durch die Größe - Kuschelhündchen über 12m hoch- und das Material- Häschen aus Edelstahl zum Beispiel- wirken seine Stücke oft kalt und abweisend.

Bildbeispiel: Jeff Koons, Michael Jackson and Bubbles, um 1990

Weniger lieblich ist die Kunst des Afroamerikaners Kelinde Wiley. Er stellt echte Machos im Stil des Hip Hop in Posen aus alten Gemälden dar. Dazu verwendet er üppig mit Gold dekorierte Bildhintergründe und riesige Formate von mehreren Metern Größe.

Bildbeispiel: Kelinde Wiley, Einzug des Thronfolgers in Paris, 2005, Format lebensgroß



Nicht zuletzt durch diese Kunstentwicklung im 20. Jahrhundert wird der Begriff „guter Geschmack“ heute viel toleranter verwendet. Es gilt als individuelles Recht, selbst zu entscheiden, was man als geschmackvoll und was man als kitschig empfindet und ob man Kitsch überhaupt ablehnt oder als originelle persönliche Ausdrucksweise betrachtet.