

Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen
Herausgeber: Bund Schweizer Architekten
Band: 85 (1998)
Heft: 4: Kitsch?

Vorwort: Kitsch?
Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Kitsch?

Beethoven, dem die herkömmlichen Ausdrucksweisen seiner Epoche unter den Händen zerrannen, suchte den Bruch mit den Konventionen und scheute sich nicht, sich mit unbewältigten Gefühlsemanationen, Entgleisungen und Geschmacklosigkeiten zur Randfigur zu machen – zugleich wurde er zum Repräsentanten einer historischen Übergangssituation.

Die Zeiten grosser Formunsicherheiten galten lange als ernsthafte Herausforderung der höfischen und bürgerlichen Gesellschaften, weil sich die Trennungslinie zwischen hoher und niederer Kultur zu verwischen drohte. Es ist kein Zufall, dass Hilfe oft von unten kam – etwa von Untertanen wie Voltaire und Beaumarchais, welche die höfische Gesellschaft mit ihren Formdekadenzen besser durchschauten.

Seit sich hohe und niedere Kulturen vermischen und entsprechende Klassifikationen untauglich geworden sind, lassen sich Formen nicht mehr klar Bedeutungen zuordnen, so wenig wie heute eine verbindliche Interpretationsmacht lokalisierbar wäre. Auch ändern sich alte Bedeutungen wie etwa die der reinen Form – in oder hinter ihr ist der Anspruch auf «Welt» oder «Fortschritt» allenfalls als Ornament überliefert.

Mit der Säkularisierung der Formen ist möglicherweise der Kitsch als klassifizierendes Merkmal ganz verschwunden. Seine beharrlichste Version allerdings ist die *Bedeutungsschwärmerei*. Sie kommt von oben, und der Abschied von ihr erfordert religiöse wie avantgardistische Trauerarbeit – anstelle eines Aufbegehrens, das nur eine weitere Trauerarbeit über die Entlarvung ästhetischer Pädagogik als priesterlichen Anspruch nach sich ziehen würde.

Es ist durchaus ein Fortschritt, wenn niemand Bedeutungen der Formen erzwingen kann. «Durch die grosse Distanz zu den Zeichen und Symbolen» (Fredric Jameson) verschwinden sie zwar nicht – sie verlieren aber an Macht und können so eine Teilautonomie erlangen, welche der modernen Ästhetik als Ideal vorschwebte: als eine negative und kritische Kraft für Gegenerfahrungen und Bedeutungsaneignung. Aus diesem Zusammenhang gäbe es keinen Grund, Kitsch anderen ästhetischen Erfahrungen wie dem Schönen, Erhabenen und Vollendeten nicht gleichwertig gegenüberzustellen. So bezieht sich der Kitschverdacht kaum mehr auf Formunsicherheiten, eher auf den Überdruß: Monotonie ersetzt das Schwatzhafte, das Schwatzhafte das Schweigen, das Elementare die Vielfalt, die Völlerei das Leere. Dem Gegensatzpaar Bild – Gegenbild hinken – allein des Austauschtempo wegen – kunsthistorische oder architekturtheoretische Abhandlungen hoffnungslos hinterher, so wie die Frage nach dem richtigen, schönen oder hässlichen Bild nicht greifbar ist, da es ja unaufhörlich in den eigenen Fluten versinkt.

Die Teilautonomie der Formen und Zeichen hat auch aus anderen Gründen einen schweren Stand: sie korreliert mit einer Art *ästhetischem Funktionalismus*, den die Werbung unangefochten beherrscht. Sie kann einzelnen Bildern Bedeutungen noch klar zuweisen. Ihre Mittel sind Stimmungsdesigns und symbolische Spots für neue Konsum- und Lifestyle-Trends. Die Werbung schafft so Marken und ist der Überbau der Kulturindustrie, die sich zu einer globalen Markenartikelindustrie entwickelt hat. Die Marken ihrerseits schaffen Identitäten für unten und oben, kennen keine Präferenzen, nur Kunden.

Mit dem New Minimalism werden seit einigen Jahren architektonische Mittel als Stimmungsdesign und Hintergrund für aktuelle Lifestyle-Trends verwertet (vergleiche den Beitrag von Brett Steele). Es handelt sich um eine verkleidete Moderne, um eine gesteigerte wie gefestigte Form dessen, was zuvor die New York Fives mit dem Verständnis moderner Ikonen als reinen Stil entwickelt haben.

Gerät Architektur unter den Verwertungsdruck der Markenartikelindustrie, wird von ihr nicht mehr bloss ein schöner, moderner Stil verlangt, sondern Identitäten, Ereignisse, sensualistische Fülle und flächendeckende ästhetische Detailkontrollen. Die entsprechenden Anforderungen an eine *consuming identity* sind handfest. Es geht um Annäherungen an die Mittel und Strategien der Stimulanz- und Animationsindustrie. Die Erweiterung der rustikalen durch coole Designs ist in neueren Erlebnisparks wie in Thermalbädern und Museen augenfällig. Dabei werden auch, oder gar ausschliesslich, genuine Mittel der Architektur – wie Raum-, Licht- und Materialstimmungen – eingesetzt, die freilich weit weniger leisten als die simulationsechteren, elektronisch-medial konstruierten Stimulanzmaschinen. Wenn Erlebnisarchitekturen Animationsverfahren folgen, messen sie sich an Einschaltquoten und werden wie andere Ereignisse durchgezappst; so erfüllen sie gerade nicht, was das Kitschideal verspricht – reine Ästhetik.

Sie wäre wohl nur in subversiver Form zu haben, indem die Erwartungen destabilisiert würden oder als Bearbeitung in Form eines *camp* (Susan Sontag), in dem immanente Verkünstlichungen der Objekte die Bedeutungen verwandeln. Ohne die Bilder der Sehnsüchte und der blanken Lust kritisch abzulehnen, werden sie mit keiner geringeren Leidenschaft zubereitet und angeeignet, so dass sich die grossen Gefühle und Sinnlichkeiten in ihrer Verdinglichung offenbaren: Ersatz ist nicht mehr und nicht weniger als Ersatz, der die Sehnsucht nach anderen Erlebnissen weckt, die auch Denken zulassen und gerade durch diese Enttäuschung ein Genuss sind. Red.

Kitsch?

Pendant longtemps, les époques de grandes incertitudes formelles furent ressenties comme un vrai défi par les milieux de la cour et de la bourgeoisie, car la ligne séparatrice entre les cultures noble et triviale risquait de s'effacer. Ce n'est pas fortuitement que le secours vint souvent d'en bas, notamment de sujets comme Voltaire et Beaumarchais qui savaient mieux dévoiler la société de cour et de la décadence de ses formes. Depuis que les cultures noble et triviale se sont confondues et que les classifications correspondantes sont dépassées, on ne sait plus associer clairement significations et formes et aujourd'hui, on ne pourrait pas non plus localiser une force d'interprétation fiable. De même, les anciennes significations se modifient; ainsi la forme pure: en elle ou derrière elle, l'exigence de «mondialité» ou de «progrès» n'est transmise tout au plus qu'en tant qu'ornement. Avec la sécularisation des formes, le kitsch comme caractéristique de classification n'existe probablement plus. Néanmoins, sa version la plus tenace est l'exaltation des significations. Elle vient d'en haut et y échapper exigerait un effort de deuil religieux et avant-gardiste au lieu d'une révolte ne débouchant que sur un autre deuil, en face d'une pédagogie esthétique se révélant comme une convoitise sacerdotale.

Que personne ne puisse plus imposer des significations est un réel progrès. «Grâce à la grande distance prise par les signes et les symboles» (Fredric Jameson), ceux-ci ne disparaissent certes pas, mais ils perdent de leur puissance et peuvent ainsi acquérir une autonomie partielle rêvée comme idéale par l'esthétique moderne: une force négative et critique conditionnant des contre-expériences et une appropriation de signification.

Partant de ce contexte, il n'y aurait aucune raison de ne pas mettre le kitsch au même niveau que d'autres expériences esthétiques comme le beau, le sublime et l'accompli. Ainsi, le soupçon de kitsch ne naît pratiquement plus des incertitudes de la forme, mais plutôt de la lassitude: La monotonie prend la place du bavardage, le bavardage du silence, l'élémentaire du complexe, la pléthore du vide. En raison même de la rapidité de ces échanges, les théories d'histoire de l'art et d'architecture retardent désespérément par rapport à la bipolarité image/contreimage; de même, la question de la vraie beauté ou de la laideur de l'image n'est pas saisissable car elle s'abîme en permanence dans ses propres flots.

Pour d'autres raisons, l'autonomie partielle des formes et des signes est dans une position difficile; elle est en corrélation avec une sorte de fonctionnalisme esthétique que la publicité domine sans partage. Celle-ci sait encore attribuer clairement des significations à chaque image. Elle a recours au

design d'ambiances et à des spots symboliques générant de nouvelles tendances en matière de consommation et de style de vie. Ainsi, la publicité crée des marques et forme la substructure d'une industrie de la culture qui s'est développée en une industrie globalisée des articles de marque. A leur tour, les marques créent des identités pour le bas et le haut, elles ne connaissent aucune préférence, mais seulement des clients.

Depuis quelques années, avec le New Minimalism, des moyens architecturaux sont exploités comme design d'ambiance et comme arrière-plan pour encadrer des tendances de style de vie actuelles (voir l'article de Brett Steele). Il s'agit d'un moderne travesti, d'une forme intensifiée et stabilisée de ce que les New York Five avaient développé auparavant en comprenant les icônes modernes comme du style pur. Si l'architecture tombe sous la contrainte de l'industrie des articles de marque, on n'exige plus seulement d'elle un style beau et moderne, mais des identités, des événements, de la plénitude sensorielle et un contrôle du détail esthétique étendu à toute la surface et occupant tout l'espace. Les exigences que pose une *consuming identity* sont réelles. Il s'agit d'approcher les moyens et les stratégies de l'industrie de la stimulation et de l'animation. L'augmentation du rustique par le mode décontracté est évident dans les parcs d'animation comme dans les installations thermales et les musées. Pour ce faire, on met en œuvre, avec d'autres ou exclusivement, des moyens originaux de l'architecture tels qu'espace, lumière et ambiance de matériaux, même s'ils sont bien moins performants que les stimulations plus réelles des machines électroniques médiatiques conçues à cet effet. Lorsque des architectures d'événement suivent des processus d'animation, elles se mesurent à leurs taux d'écoute et sont soumises au zapping comme d'autres événements; de cette manière, elles ne répondent pas précisément à ce que promet l'idéal du kitsch: l'esthétique pure.

Cette dernière ne serait donc accessible que sous une forme subversive où les aspirations seraient déstabilisées ou préparées sous la forme du «camp» (Susan Sontag), dans lequel des aspects artificiels immanents d'objets transforment les significations. Sans pour autant prendre une position critique refusant les images du désir et de la jouissance pure, celles-ci n'en sont pas moins préparées et assimilées avec passion, de sorte que les grands sentiments et sensibilités se révèlent dans leur matérialité: La substitution n'est ni plus ni moins qu'une substitution générant la nostalgie d'autres architectures autorisant la pensée et qui procurent du plaisir en raison même de cette frustration.

La réd.

Kitsch?

Periods of great instability in terms of form were for a long time regarded as a serious challenge to court and bourgeois societies since they threatened the clarity of the borderline between the higher and lower forms of culture. It is no mere coincidence that help often came "from below" – for example from those of lower rank such as Voltaire and Beaumarchais who were in a better position to see through the formal decadence of the court society.

Now that the dividing line between high and low cultures has become blurred, it is no longer possible to establish clear categories, just as it is no longer possible to identify one single interpretative authority. The old significations are also changing, such as that of pure form, for in, or behind, this is the claim of world or progress which has been handed down – at best – as an ornament.

Perhaps the secularisation of form has led to the complete disappearance of kitsch as a classifying characteristic. In its most persistent version, however, it is a passion for meanings which comes from "above", and its passing engenders a mood of religious and avant-garde sadness instead of a rebellion which would only trigger further sadness at the unveiling of aesthetic pedagogy as a priestly aspiration.

It is undoubtedly a sign of progress when meanings ascribed to forms are no longer mandatory. A "distance to signs and symbols" (Fredric Jameson) does not make them disappear, but it does divest them of their power and give them a degree of autonomy which modern aesthetics envisaged as an ideal – as a negative and critical force and the precondition for counter-experiences and the appropriation of meaning.

In this context, there would be no reason not to equate kitsch with other aesthetic experiences such as beauty, perfection and the sublime. Thus the suspicion that something may be kitsch is no longer based on formal insecurity but rather on surfeit: monotony in place of garrulousness, garrulousness in place of silence, the elemental in place of variety, and gluttony in place of emptiness. Art-historical and architecture-theoretical treatises fall hopelessly short of the pair of opposites "image and counter-image", largely owing to the tempo of the exchange, just as the question of the proper, beautiful or ugly image remains forever intangible because it founders endlessly in the surging of its own breakers.

There are also a number of other reasons for the problematic nature of the partial autonomy of forms and symbols, for it correlates with a kind of aesthetic functionalism which is incontestably dominated by advertising. It can still ascribe clear meanings to specific images by means of themed designs and symbolic advertising spots for

new consumption and lifestyle trends. Advertising thus creates brands and represents the superstructure of the culture industry which has developed into a global brand-product industry. For their part, the brands create "higher" and "lower" identities and recognise not preferences but only customers.

In recent years, New Minimalism has resulted in the exploitation of architectural tactics for themed environments, thus creating a background for current lifestyle trends (see also the article by Brett Steele). This represents a disguised form of modernism, an escalated and reinforced version of the interpretation of modern icons as pure form which was formerly developed by the New York Five. The exploitation pressure from the brand-product industry to which architecture is subjected demands not only a pleasant, modern style but also identities, events, sensuality and total control of aesthetic detail.

The accompanying demands for a consuming identity are tangible and serious and cannot be compared with video games or video art. The approach has more to do with the means and strategies of the stimulation and animation industry. The expansion of rusticity with cool design is evident in recent theme parks, thermal baths and museums which use, sometimes exclusively, architectural means such as space, light and material themes which nevertheless achieve far less than the more vivid simulation through electronically and medially constructed stimulation machinery.

If it is true to say that theme architecture follows in the footsteps of animation processes, then it is also true that it is assessed largely in terms of TV ratings and thus destined to be zapped through just like any other event; consequently, it cannot possibly live up to the ideals of kitsch, i.e. pure aesthetics.

The latter would, perhaps, only be accessible in a subversive form, through a de-stabilisation of expectations, or through a transposition into "camp" (Susan Sontag), i.e. an immanent artificiality changing the meaning of objects. Even without a critical rejection of the images of longing and blatant desire, they require just as much passion in their adaptation and preparation if great emotions and sensuousness are to be revealed in their materialisation: ersatz is nothing more or less than ersatz, which awakens the longing for a different kind of architecture that permits thought and is enjoyable by virtue of this very disappointment.

Ed.



[urban wear]

She wears fleece jacket, *Ego*, by Vexed Generation. Chiffon and linen skirt, from a selection, by Comme des Garçons. Platform trainers, £64.95, by Acupuncture from Shelleys. Stirrup 'Dance' tights, £19.95, by Porselli

He wears nylon zip