

Kitsch



Kulturgut
文化财富

© Kulturgut 文化财富, 5-2013, Stefanie Thiedig 由甲

Eine Einführung
von Kitsch und seinen Erscheinungsformen in China
An Introduction of Kitsch and It's Manifestations in China
关于Kitsch及其在中国表现形式的介绍



PROJEKT BESCHREIBUNG PROJECT DESCRIPTION | 项目介绍

Plastik, Pink, Kunterbunt, Neon, Glitzer, Glamour, Pailletten, Strass, ...
Kommt man von Deutschland aus nach China, wird man überwältigt von all den Farben, die sich auf den Straßen, in den Geschäften, an den Menschen tummeln. Im Gegenzug mag sich der Chinese in Deutschland fragen, warum die Einheimischen ständig in Schwarz herumlaufen – in Anthrazit, in Grau jeglicher Abstufung, in Dunkelblau, Ultramarin, mal ein wenig beige –, soll das eine Art Understatement sein? Oder will man bloß nicht auffallen? Ist dies auch der Grund, weshalb das Wort Kitsch aus Deutschland stammt? Dass alles, was ein wenig von der Norm abweicht, einen Hauch an Farbe aufweist, meist abwertend als kitschig bezeichnet wird?

Soweit einige der landläufigen Klischees. Kitsch ist ein weltweites Phänomen, Kitsch ist allgegenwärtig – objektiv, und dazu subjektiv naserümpfend oder freudig quietschend? Ist Kitsch tatsächlich nur eine persönliche Wunschvorstellung, die man mit dem Erwerb bestimmter Dinge verbindet? Wie sieht es unter der Oberfläche aus, was bedeutet Kitsch und was steckt dahinter?

In allen westlichen Sprachen wird das deutsche Wort „Kitsch“ verwendet. Und wie sagt man Kitsch auf Chinesisch? Blingbling ist ein wahrlich internationales Lautwort, mit dem dieses Phänomen gut zu beschreiben ist. Will man nicht in Kindersprache verfallen, wird es schwieriger. Mèisú (媚俗), mínsú (民俗) und xiǎozī (小资) sind drei infrage kommende Bereiche: farbenfroh, spielerisch, leicht reproduzierbar und für wenig Geld zu haben.

Hervorgegangen aus dem Fokus „Kitsch“ im Deutsch-Chinesischen Kulturnetz möchten wir diesen als Grundlage nutzen und weiterführen.



Plastic, pink, colourful, neon, glitter, glamour, sequins, rhinestone, ... Coming to China from Germany, one is overwhelmed by all the colours cavorting on the streets, in shops, on people. A Chinese in Germany on the contrary might be asking why those locals constantly run around in blacks – in anthracite, in greys of every shade, in dark blue, ultramarine, sometimes a little beige – is that supposed to be some kind of understatement? Or do people just not want to attract attention? Is this the reason why the word “kitsch” is German in its origin? That everything differing slightly from standard, showing a hint of colour pejoratively is called kitschy?

So far for some of the common clichés. Kitsch is a worldwide phenomena, kitsch is everywhere – objectively, and in addition subjectively sniffish or exhilarated? Is kitsch really only a personal utopia one connects with the purchase of certain things? What does it look like underneath the surface, what does kitsch mean and what is behind it? The German word “kitsch” is used in all Western languages. And how do you say kitsch in Chinese? Blingbling is quite an international phonetic word describing this phenomena rather well. It is getting more difficult if one does not fall back into children's language. Mèisú (媚俗), mínsú (民俗) and xiǎozī (小资) are three possible ranges: colourful, playful, easy to reproduce and to purchase with little money.

Emerged from the focus “kitsch” at German-Chinese Culture Net, we would like to use this material as a starting point and pursue it further.

塑料、粉色、杂烩、彩灯、闪烁、妖艳、闪光装饰片、人造宝石……从德国来到中国，会惊讶于街上、商店里和人们服装上的各种鲜艳颜色。相反，当中国人来到德国，会奇怪为什么当地人大多总是穿黑色的衣服——或者是烟灰色，各种深浅的灰色、深蓝色、佛青色，偶尔也有淡米色的——，这是一种低调的表现？或者只是不想让自己显得特殊？这是否也是“Kitsch”这个词之所以源自德国的原因？以至于所有那些有一点偏离正常，对颜色的偏好，被贬低地认为是“Kitsch”的？

由此我们会直接得到一些流行的刻板观念。而我们就是要对此进行探讨。Kitsch是

一种世界范围的现象，Kitsch无处不在——是客观的，还是主观上嗤之以鼻或为之兴奋叫好的？Kitsch确实只是一种个人的、与得到特定东西相关联的愿景？在表面之下，Kitsch意味着什么，有什么深藏其中？

在所有西方的语言中都使用了这个德语词“Kitsch”。而Kitsch中文应该怎么说？Blingbling（闪亮亮）是一个很国际化的，能很好描述这些现象的象声词。而如果不想用这儿童语言，就变得更困难了。为了探寻其中缘由，我们在街上进行了随机采访。媚俗、民俗和小资，是三个与这个词有关的领域：色彩鲜艳的、好玩的，容易复制的和价格便宜的。





DER PLAN | THE PLAN | 规划方案

„Kitsch“ ist in Zusammenarbeit mit den Fotografinnen Katharina Hesse und Julia Hofmann entstanden, deren Weiterführung wir hiermit beginnen. Geplant sind:

- Bildband mit ausgewählten Texten
- Wanderausstellung mit Fotografien, Videos, „artifizierten“ Kitschgegenständen und Begleittexten

Kitsch ist aus China nicht wegzudenken, es ist ein leichtes und unverfängliches Thema, das gerade deswegen einen umfassenden Einblick in die chinesische Lebenswelt bietet.

“Kitsch” has been developed in collaboration with the photographers Katharina Hesse and Julia Hofmann, which we are beginning to continue here. The plan:

- Pictorial with selected essays
- Touring exhibition with photographs, videos, “artificial” kitsch items and accompanying texts

Kitsch seems to be an inseparable part of China. It is a lightweight and innocuous subject, which offers for that very reason a comprehensive insight to Chinese lifes.

“Kitsch” 最初源于我们同两位摄影师卡特纳琳娜 (Katharina Hesse) 和何悠丽 (Julia Hofmann) 的合作, 以此为契机继而开展了该项目。

规划方案:

- 精选文字画册
- 摄影作品, 短片, 媚俗特色物件及附带文章的巡回展

提到中国就让人不由得联想到Kitsch, 这是个既轻松又无伤大雅的话题。也正是由此向人们提供了一个全面展示中国式生活的视角。





TEXTBEISPIEL ESSAY EXAMPLE | 文字实例

Mit dem Begriff Kitsch hat sich Eva Lüdi Kong besonders in ihrer Tätigkeit an der Chinesisch-Deutschen Kunstakademie in Hangzhou auseinandergesetzt. Doch auch abseits davon stellt sich ihr im chinesischen Alltag die Frage nach Kitsch auf Schritt und Tritt: Ein Erlebnisbericht und Beispieltext für unser Vorhaben.

KITSCH UND DAS „DAS ECHTE“

Eine chinesische Kunststudentin malt Blumen. Hellblauer Hintergrund, weißlichblaue Vase, darin Blumen in zarten Farben. Der aus Deutschland eingeflogene Dozent meint höflich: „Schön gemalt. Wirkt nur ein bisschen kitschig, das Hellblau.“

Ihre Kommilitonin hat mit Pastellkreide eine Frühlingslandschaft gemalt, verschwommenes Hellgrün und Rosa, am Himmel zwei kleine Vögel. Der Kommentar von deutscher Seite: „Die Vögel sind zu viel. Das macht es wirklich zu kitschig.“

Ein Student zeigt einen selbst gedrehten kurzen Spielfilm, mit einschlägigem Plot und Fernseh-Stereotypen, am Anfang der unglücklich Verliebte seufzend neben welkenden Blumen, am Ende ein Kühlschrank mit herausrinnender Blutlache. „Das ist so kitschig, das es schon wieder gut ist! Das muss doch eine Parodie sein!“, lautet hier der Kommentar des deutschen Dozenten. Der Student aber

besteht darauf, es nicht anders zu meinen, als er es gefilmt habe.

Allmählich wird in diesem kulturübergreifenden Unterricht der Begriff „Kitsch“ zu einem Wort, über das sich die chinesischen Studierenden beklagen: Warum werden wir immer in diese Ecke geschoben? Was soll das eigentlich heißen, kitschig?

Der Versuch, die Sache auf Chinesisch zu umschreiben ist denn auch alles andere als einfach. Am besten funktioniert wahrscheinlich der Begriff mèisú (媚俗): sich dem Volkstümlichem anbietern. Etwas umgangssprachlicher der Ausdruck súqì (俗气): Vom Geschmack niederer Volksschichten. Oder was oft standardmäßig als Übersetzung verwendet wird ist yōngsú (庸俗): Mittelmäßig, auf Allerweltsniveau. Bezeichnenderweise aber in jedem Fall sù (俗). Das Schriftzeichen sù bezeichnet 1. traditionelles Volksbrauchtum, 2. die große Masse, 3. niederen Geschmack, 4. das Profane im Gegensatz zum Religiösen.

Was ist nun so „volkstümlich-ordinär“, „niedrig“ oder „mittelmäßig“ an dem Hellblau? Warum sollen die beiden Vögel im Bild vom profanen Geschmack niederer Volksschichten zeugen? Es ist verwirrend bis unverständlich.

In der Tat müsste man nun den Studierenden eine ganze Bandbreite von Facetten aufzählen, um klar zu machen, was der Hinweis „ein bisschen kitschig“ beinhaltet, und nicht alle davon wären ohne weiteres nachvollziehbar. Ein Versuch, Kitsch zu umschreiben, könnte folgendes beinhalten:

Das Klischeehafte

Von einem deutschen Blickpunkt aus gesehen, sollten Stereotypen und Klischees hinterfragt und auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüft werden. Im chinesischen Sprachgebrauch hingegen sind klischeehafte Umschreibungen und Verhaltensformen alltäglich, keiner stößt auf Kritik, wenn er etwa Franzosen als romantisch und Deutsche als akkurat bezeichnet.



Zu Symbolträchtiges

Das Symbol, seit Hegel als Kennzeichen einer niederen Stufe der Entwicklung betrachtet, ist als künstlerisches Stilmittel im Allgemeinen nicht gern gesehen. Ganz anders im chinesischen Umfeld, wo Symbolen bis heute eine wichtige Rolle zukommt, sei es in Form von Glückssymbolen, in der traditionellen Bildsprache und nicht zuletzt auch als Statussymbol.

Billige Imitation

Bekanntlich ist in China die Hemmschwelle zur Imitation nicht hoch, da traditionellerweise der Weg zur Meisterschaft über die Imitation des Meisters erfolgt. Nur bleibt die Frage, ob der Weg zu gelungenem chinesischem Möbeldesign zwingend über die Imitation europäischer Barockmöbel führen muss.

Vortäuschen einer heilen Welt

Was im deutschen Verständnis als „die ganze Wahrheit verhehlend“ wahrgenommen wird, ist im chinesischen Alltag der gute Ton gegenüber der Außenwelt; man zeigt das, was dem Wunschbild entspricht, schließlich sollen „häusliche Missstände nicht nach draußen dringen“ (家丑不外流). Auch die traditionelle Malerei kennt das Prinzip des Nehmens und Weglassens (取舍): Was dem harmonischen Ganzen des Bildes förderlich ist, wird ins Bild aufgenommen, was hinderlich ist, wird weggelassen.

Unechte Mythen, insbesondere Nationalmythen

Wo man in der Volksrepublik im Allgemeinen für nationale Mythen und Patriotismen empfänglich ist und sie nicht ungern pflegt, ist Deutschland als gebranntes Kind besonders auf der Hut und entsprechend kritisch.



Verniedlichung und süßliche Sentimentalität

Nicht zuletzt fällt natürlich die Verniedlichung und das süßlich Sentimentale am augenfälligsten in die Kategorie „Kitsch“ und findet sich wohl überall in der Welt bei Souvenirartikeln und anderen nutzlosen kleinen Objekten, welche „verkitscht“, das heißt mit billigen Effekten schnell verkauft sein wollen.

All diese Facetten verständlich zu machen, scheint nun in der Tat sehr schwierig. Das Hellblau, versuchen wir der Studentin zu erklären, ist nicht etwa „volkstümlich“, sondern stört eher deshalb, weil es an den blauen Himmel einer Postkartenidylle erinnert. Das macht das Bild, zusammen mit den Blumen im Vordergrund, irgendwie ein wenig zu schön. Umgangssprachlich ausgedrückt: „有点假“ (yǒudiǎn jiǎ) – ein bisschen unecht. An diesem Punkt ruft die Studentin: „Ach so, ich verstehe!“

Ein bisschen kitschig – ein bisschen unecht

Im Chinesischen ist das Empfinden für die Kategorien zhēn (真) und jiǎ (假) – das Wahre/ Echte und das Falsche/ Unechte – gerade in der Kunst sehr geläufig und vertraut und könnte womöglich die Kitsch-Diskussion zusammenfassend umschreiben: Das Klischee zeigt nicht die ganze Wahrheit, die Imitation ist ein falsches Abbild, die heile Welt entspricht nicht der wahren Welt, der Mythos nicht den wirklichen Begebenheiten. Hier aber zucken wir Deutschsprachigen zusammen und wenden sofort ein: Was soll denn „das Wahre“ sein? Es gibt keine feste Wahrheit. Es lässt sich seit der Postmoderne nicht mehr mit Begriffen wie „wahr“ oder „echt“ argumentieren. Ob vielleicht deshalb das Wort „Kitsch“ – als eine Art Stellvertreter für die Wahrheitsdiskussion in der Kunst – so obsessiv benutzt wird?

Undifferenzierte Toleranz

„Kitsch“, als einer der übersetzungsresistentesten deutschen Begriffe, ist in anderen europäischen Sprachen längst als Fremdwort in den Sprachgebrauch eingegangen. Dies dürfte im Chinesischen kaum geschehen. Was aber in China mit dem Begriff öfter geschieht, illustrieren Übersetzungsbeispiele aus dem Internet:

„Typischer Vergnügungspark-Kitsch“ zum Beispiel wird im Chinesischen zu 经典的游乐园设计: „Klassisches Vergnügungspark-Design“. Der abwertende Unterton fällt weg, und was bleibt sind die Plastikschlösser, Enten-Tretboote und Disney-Häuschen eines chinesischen Vergnügungsparks als allbekannte akzeptierte Normalität.

Der Satz „Im Dezember war ganz Shanghai voll von Kitsch“ wird zu: „Im Dezember war ganz Shanghai voll von Festtagsdekorationen“ (节日装饰品). Der ganze chinesische Weihnachtskitsch mit all seinen Plastiktannenbäumen, aufblasbaren Weihnachtsmännern, Goldflimmer und farbig blinkenden





Elektrolämpchen auf einmal ganz neutral einfach nur hübsche Dekoration?

Die Toleranz gegenüber äußeren Einflüssen ist in China definitiv groß, aber nicht immer differenziert. Und so geschieht es denn eben auch, dass mitunter Dinge, die im deutschen Verständnis als Kitsch wahrgenommen werden, hier in China als normale Erzeugnisse westlicher Herkunft, wenn nicht gar westlicher Standards erscheinen.

Orientierungsmaßstäbe für das neureiche Kleinbürgertum

Interessant in dieser Hinsicht ist die neue Kultur des chinesischen xiǎozī (小资), des neureichen Kleinbürgertums. Was für Maßstäbe hier die Orientierung bestimmen, zeigt der Blick in eine neureiche Pekinger Villa:

„Vor einer hohen, von Marmorsäulen eingefassten Fensterfassade stehen überdimensionierte Sofas und Sessel mit geschwungenen goldenen Holzrahmen und türkisblau gemustertem Samtbezug. Der große Glastisch in der Mitte ist an den Ecken mit Elefantenköpfen verziert, zwischen den Sesseln steht ein Arrangement mit hölzernen Giraffen, auf einem hohen Tischchen im Ming-Stil ein altmodisches Telefon mit digitaler Anzeige. Ein Fernseher mit übergroßem Flachbildschirm steht auf einem Marmorsockel in einer Wandnische, Ölbilder klassischen Stils hängen an tapezierten Wänden, und hoch oben ist ein zwei Meter langes Marmorrelief angebracht, auf dem sich eine nackte Frau an ein Tier schmiegt. Nebenan ein Wintergarten mit vielen Bäumchen, Büschen und Blumen, dort schwimmen Goldfische in gewundenen Bächlein, ein hölzernes Brückchen führt zu einer Insel mit Gartenschaukel, dazwischen stehen Marmorstatuen, Gänse aus Gips, Pflanzen-Arrangements aus Plastik.“

„Was für ein unglaublicher Kitsch!“, denkt der Besucher aus Deutschland sprachlos höflich lächelnd. „Ach, so wunderschön, wie für eine Prinzessin!“, ruft die Tochter der chinesischen Kollegin entzückt. Doch war das nicht eigentlich als Schau eines gehobenen westlichen Lebensstandards gemeint?



Wo liegt das Problem? Wohl im eingangs erwähnten 媚 mèi, „Anbiedern“ aus dem Begriff 媚俗 mèisú. Hier zwar nicht im Sinne eines Anbiederns an eine chinesische Volkstümlichkeit im traditionellen Sinn gemeint, sondern im Sinne missverständener Ideen von westlichem Wohlergehen, die sich aus Filmsets seichter Fernsehfilme nähren. Die Schau ist „unecht“, ist Nachahmung, sie ist unzeitgemäß und überladen.

Deutsches Design: Streng und freudlos

Doch wenden wir einmal den Blick und betrachten von außen her, was für Maßstäbe die Orientierung im deutschsprachigen Raum beherrschen: Deutsches Design etwa wird in China als streng und freudlos empfunden, es ist zu hart und zweckorientiert, zu eintönig und gradlinig.

Deutsche Piktogramme etwa werden aus chinesischer Sicht oft als sìpíng bāwěn (四平八穩) bezeichnet: Zu sehr in sich gesetzt, ohne Schwung und Dynamik, kurz: einfach nicht ansprechend. Ihre chinesischen Pendanten sind dynamisch, geschwungen, narrativ – oder aus anderem Blickwinkel: umschweifig, schnörkelhaft, zu wenig vereinfacht. Bei einer bewertenden Betrachtung kann hier allzu bald auch der Begriff „Kitsch“ ins Spiel kommen, wo er – aus kulturvergleichender Perspektive betrachtet – vielleicht besser nicht bemüht werden sollte.

Wer im deutschen Sprachgebrauch etwas als Kitsch bezeichnet, stellt sich damit selbstredend auf eine Warte des guten Geschmacks. Doch sind wir nun wirklich so geschmackvoll, oder sind wir einfach nur stur, trocken und lustlos?

Ein einziger, großangelegter Kitsch

Nach dem Durchblättern einer jener chinesischen Hochglanzzeitschriften, die heutzutage das Chinabild im Ausland zu prägen versuchen, zerstreuen sich die Zweifel. Es wäre überheblich, nur den anderen, etwas ungewohnt üppigeren

Geschmack als Kitsch zu bezeichnen, vielmehr geht es letztlich um eine fehlende Aufrichtigkeit im Umgang mit dem real Erlebten. In diesem Sinne stellt sich die Frage, ob „Kitsch“ nicht vielleicht DER Begriff wäre für China, ein China nämlich, das seine neue Kultur dadurch zu bilden versucht, dass es sich einem imaginierten Blick von außen anbietet.

Wenn China nur noch aus Bildern von der Großen Mauer und Pandabären, lächelnden Ausländern im Peking-Opern-Gewand, roten Trommeln mit goldenen Drachen, Taiji-Übenden vor aufgehender Sonne besteht, wenn sich jeder befragte Chinese als glücklich bezeichnet, wenn junge Frauen vor papierblumengeschmückten Bäumchen fürs Foto posieren und am Ende bei allem, ob zuhause oder gegen außen, nur noch das gültig ist, was dem Wunschbild entspricht – wäre das nicht einfach ein einziger großangelegter Kitsch?

Vielleicht würde sich dann das Wort wandeln und die Bedeutung „idealtypische Schönheit“ annehmen. Oder vielleicht würde sich die chinesische Gesinnung wandeln und man würde sich zu überlegen beginnen, weshalb man so viel Kitsch produziert, genießt und mitmacht?

Text: Eva Lüdi Kong

Freischaffende Übersetzerin und Kulturvermittlerin

Zuerst veröffentlicht in dem Online-Feuilleton Deutsch-Chinesisches Kulturnetz, Februar 2013

Eva Lüdi Kong has dealt with the concept of kitsch during her work at the China Academy of Art in Hangzhou in corporation with University of the Arts of Berlin. Apart from this, kitsch follows her on every step in her daily life in China: A personal report and an example of our project's intention.

KITSCH AND "THE REAL"

A Chinese art student is painting flowers; light-blue background, a pale blue vase with pastel-colored flowers. The lecturer, who has arrived from Germany only recently, comments politely: "Painted beautifully. It just appears to be a hint too kitschy, this light-blue."

Her classmate painted a hazy spring scenery using pastel chalk. The picture is dominated by a light green and a shade of rose, two little birds are painted into the sky. The German comments: "The birds are too much. It's just too kitschy."

A student screens a short self-shot movie. The plot is catchy and filled with TV stereotypes. The movie starts with an unhappy lover sighing heavily. He is sitting next to a withering flower. The final scene shows a fridge that is leaking blood. The German lecturer sums it up with the comment: "It's that tacky that it's almost good! This can't be anything else but a parody!" However, the student insists that there is no underlying parodic meaning to his movie.

The term "kitsch" has gradually become an impression that raises complaints among Chinese students: Why is our work always rejected as kitsch? What is that supposed to mean after all?

It turns out that explaining the expression's meaning in Chinese is rather troublesome. Mèisú (媚俗) might still work best: to ingratiate oneself with the folk-traditional. Súqì (俗气) is a more colloquial expression that means "meeting the taste of lower social classes". A common translation is also yōngsú (庸俗)

for „mediocre“ or „plain“. However, sú (俗) is a component of all these terms. One meaning of su is "folk-customs", but it can also mean "big mass", "poor taste", or "the profane" (in contrast to the "religious").

Yet, how come that pastel-blue is considered "folksy" or "mediocre"? Why should those birds testify to the poor taste of lower classes? It is confusing and incomprehensible.

In fact, in order to explain all the implications of "slightly kitschy" to a Chinese student, one would have to include a whole array of different topics. Most likely, not all of these facets would make sense in Chinese. An explanation of "kitsch" might include the following aspects:

The cliché

Germans hold the opinion that stereotypes and clichés should be challenged so as to scrutinize their truth content. In Chinese society, however, stereotypical





periphrases and behaviour are common. Describing Germans as strict and the French as romantics would not draw any criticism.

Too heavily symbolic

The symbol, which has since Hegel been defined as an indicator of a lower stage of development, is generally shunned as stylistic device. By contrast, in Chinese culture symbols still play a significant role as charms, in traditional imagery, or as status symbol.

Cheap imitation

It is a well-known fact that in China imitation is not looked down upon but considered the way to success. Traditionally, one has to imitate the master first in order to excel. However, this does not answer the question if successful furniture design is only to be achieved through the imitation of European baroque furniture.

Faking an ideal world

What Germans would perceive as “concealing the truth” is *bon ton* in Chinese everyday life. One shows an ideal to the outside world, as private deficiencies should not be spread out to the public (家丑不外流). Traditional painting embodies the principle of in- and exclusion (取舍) as well: Elements that improve the harmonic whole of the picture are included and those that disturb it are omitted.

Imagined myths, especially national myths

While in China national myths and patriotism are generally encouraged, German society behaves like a burnt child that dreads the fire – it treats myths rather critically.

Minimisation and sweet sentimentality

Minimisation and sweet sentimentality are obvious criteria that are labelled as “kitsch”. All around the world this kind of “kitsch” is found in souvenirs and other useless small objects which become sentimentalized, that is, manufactured cheaply, in order to be sold quickly.

To convey an understanding of all these different aspects appears to be quite difficult. We try to explain that the pale blue is not disturbing the artistic eye because it is folksy, but because it reminds of a post card blue sky. In combination with the flowers in the image foreground, the whole scene looks just a hint too perfect. “有点假” (yǒudiǎn jiǎ) – colloquially meaning “slightly artificial”. “I see!” the student now says.

Slightly kitschy – slightly artificial

In Chinese arts, we find a heightened awareness of the categories zhēn (真) and jiǎ (假) – the true/ authentic and the fake/ artificial. One could thus sum up the discussion on kitsch by the following definition: The cliché does not show the whole truth, the imitation is a blurred reflection, the ideal world does not match the real world, and the myth does not conform to reality. Yet, at this point, Germans cringe and object: What does “truth” mean after all? There is no objective “truth”. In postmodern times, arguments like “true” and “real” have become invalid. Could this be the reason of the obsessive use of the term kitsch? Has it become a substitute of the discussion on “truth” in the arts?

Undifferentiated tolerance

“Kitsch” is one of the German expressions that is most difficult to translate. It has long since been integrated as loanword into other European languages. This is unlikely to happen in China. Yet, what happens to the expression in China can be illustrated by the following translations found online:

“Typical funfair kitsch” is translated into 经典的游乐园设计: „classical funfair design“. That is, the pejorative undertone is omitted. What stays are the plastic castles, duck pedal boats, and Disney rabbits which belong to the widely known and accepted normality of a Chinese funfair.

The sentence “In December, all of Shanghai was filled with kitsch” is translated into: “In December, all of Shanghai was full of Christmas decoration” (节日装饰品). So all the Chinese Christmas kitsch with its artificial Christmas trees, inflatable Santa Clauses, golden tinsel, and colourful lights suddenly turn into just pretty decoration?

In China, tolerance towards influences from the outside is definitely huge, but not always differentiated. Thus, all too often, things that are considered kitsch in Germany are perceived as “normal” products of Western origin, if not even Western standard.



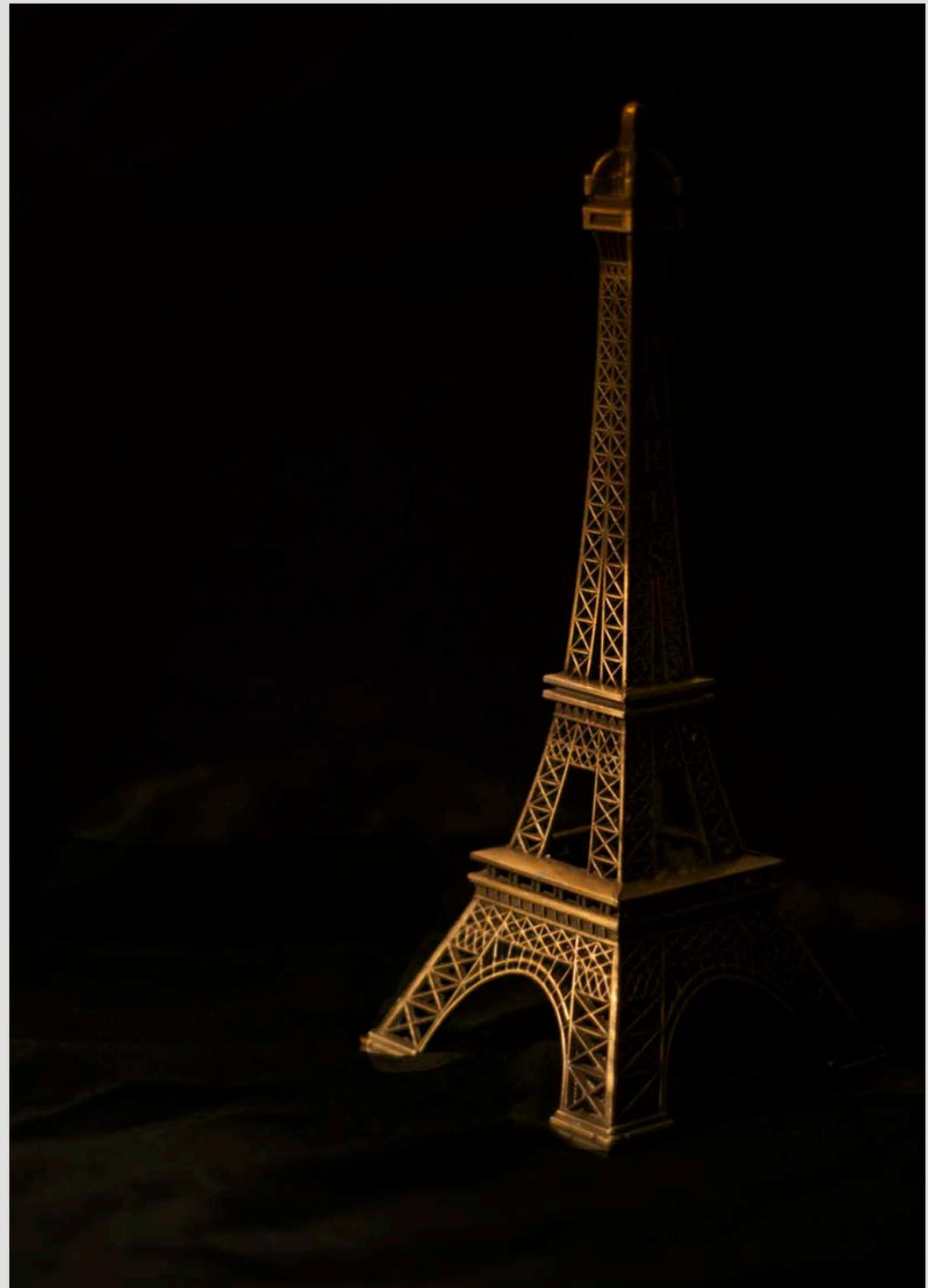
Value systems of the petty bourgeoisie

The emerging culture of the Chinese nouveau riche, the so-called xiǎozī (小资), is especially interesting in regards to the reformulation of old values. The values that set the new standard are best expressed by the style of the luxurious mansions of the Beijing nouveau riche:

In front of a high window façade framed by marble pillars, one finds oversized sofas and armchairs with crooked golden frames and turquoise covers made of velvet. The big glass table in the centre of the room is framed by elephant heads and between the armchairs you will find an arrangement of wooden giraffes. An old fashioned telephone with digital display sits on a high Ming-style table. A TV with oversized flat screen is placed on a marble socket in a wall niche. Classical oil paintings decorate the wallpapers and high up you might see a marble relief of two meters length, which pictures a naked woman embracing an animal. In the winter garden next door you may spot little trees, bushes, and flowers. Gold fishes swim in winding little creeks and a wooden bridge leads to an island with a garden swing. In between you find marble statues, geese made of plaster cast, and bouquets of plastic plants.

The German visitor, smiling politely, might think: "How incredibly trashy!"; "Wow, how fabulous, as if it was made for a princess", comments the Chinese colleague's daughter. Yet, was it not actually meant to represent a luxurious Western lifestyle?

Where do we find the source to this misunderstanding? Does it maybe lie in the above mentioned term mèi (媚, to ingratiate), taken from the expression mèisú (媚俗)? This should not be understood as a form of ingratiation with Chinese folk customs in the traditional sense. It rather testifies to a misunderstood conception of Western prosperity, which is based on the setting of trivial movies. This representation is "artificial", it is an imitation that is outmoded and fussy.



German design: Harsh and bleak

Let us change our perspective and observe the standards that dominate the German-speaking world from the outside: In China, German design is perceived as harsh and bleak. It is found lacking in smoothness and extravagance.

Many Chinese consider German pictographs as being too stiff and considerate, as *sìpíng bāwěn* (四平八穩), literally 4 angles tightened 8 times. The lack of dynamics renders them unattractive to the Chinese eye. Their Chinese counterparts, however, are dynamic, curved, and narrative. Yet, if regarded from another perspective, they might be criticized as twirly and too complex. An all too critical eye might even dismiss them as “kitsch”, even though this expression might rather be avoided in a cross-cultural comparison of art.

Those who are judging an object as “kitsch” in the German-speaking world are at the same time establishing rules of good taste. Yet, can we indeed call ourselves that distinguished in questions of good taste or are we rather harsh, plain, and uninspired?

A big heap of kitsch

After having browsed through one of those glossy magazines that try to create a certain image of China abroad, all doubts start to fade away. It would be arrogant to label this unfamiliar yet rather voluptuous taste as kitsch. What really is at the core of the problem is the dishonest perspective taken on reality. In this regard, “kitsch” might be the appropriate term to describe China. It would be applied to characterize a country, which tries to create its own culture by ingratiating itself with an imaginary picture painted from the outside perspective.

If China would be reduced to images of the Great Wall and pandas, smiling foreigners in Beijing Opera costumes, red drums and golden dragons, Tai-

chi practitioners at dawn; if every Chinese considered himself happy, if young women posed for pictures in front of trees adorned with paper flowers, and if at the end of the day, the only things that counted, either at home or abroad, were the ones that conformed to this ideal – wouldn't that be a comprehensive construction of kitsch?

Maybe in this case the expression might alter its meaning into “ideal-typical beauty”? Yet, it might also trigger a discussion that questioned the underlying reasons for being so willing to support and reinforce the production of “kitsch”.

Text: Eva Lüdi Kong

Freelance interpreter and cultural advisor

Translation: Désirée Remmert

First published online in German and Chinese for German-Chinese Culture Net, February 2013



“Kitsch”这一词，是林小发(Eva Lüdi Kong)在杭州中德艺术学院的教学活动中遇到的较多的一个概念，同时她在中国的日常生活中也处处遇到关于“Kitsch”的问题——以下是为我们此项目撰写的体验报告和示例文本。

KITSCH 与“真实”

一个艺术专业的中国女生正在作画：浅蓝色背景，蓝白花瓶，瓶中插着色彩淡雅的花朵。来自德国的教师礼貌地评价道：“画得很好，只是这个浅蓝色看上去有点Kitsch”。

她的同学用彩色粉笔画了一幅表现春色的作品，画面上的浅绿和玫红若隐若现，空中飞着两只鸟儿。一旁的德国老师对这个学生说：“鸟太多了，显得太过Kitsch。”

另一位学生展示了自己拍摄的短片，里面是些俗套的情节与画面：影片开始是一个失恋的人在凋谢的花朵旁叹息；结尾处，冰箱里渗出一滩血泊。“这简直Kitsch过头了，过分至极反而又有味了！这应该是讽刺的意思吧！”德国老师如是评价。但这个学生坚持说自己拍摄时并没有什么别的意图。

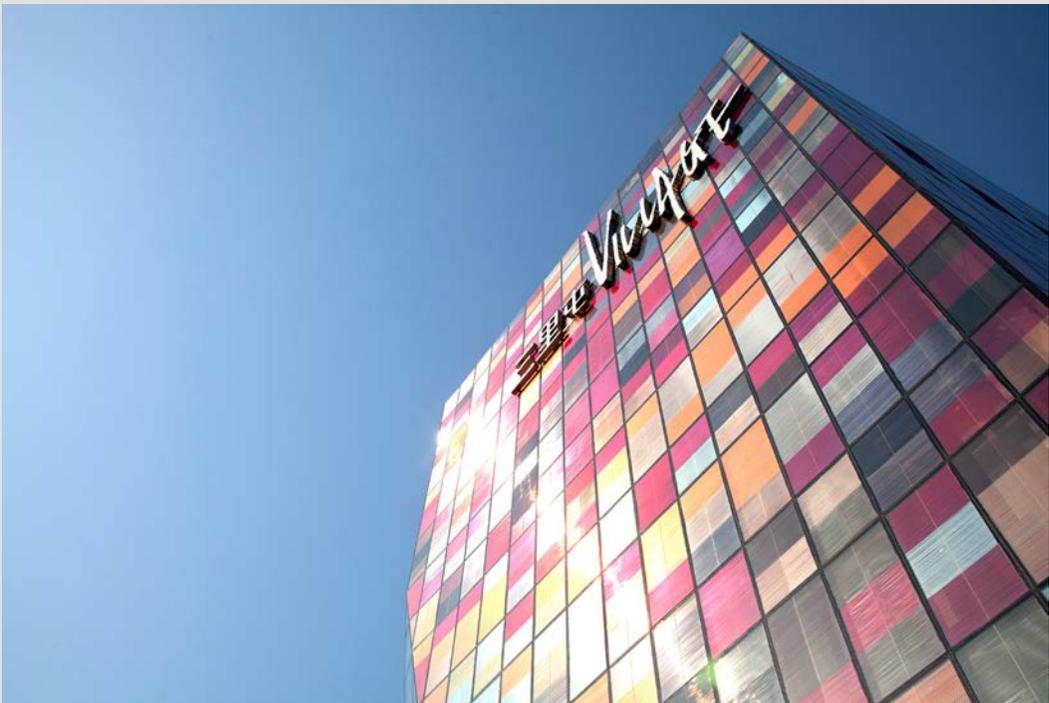
在这堂跨文化课上，“Kitsch”渐渐成为一个让中国学生抱怨不已的词汇：为什么我们总是被扣上这样一顶帽子，“Kitsch”到底是什么意思？

要想用汉语来说明白这一切绝没那么简单。“Kitsch”这个概念最准确的汉语解释大致是“媚俗”，用更口语化的方式来表达就是“俗气”，较为通行的标准翻译则是“庸俗”。而值得指出的是，每种解释都脱不开一个“俗”字。“俗”字具有以下几层含义：一，传统习俗；二，普罗大众；三，品位较低、不入流；四，与宗教相对的世俗事物。

而浅蓝色又有什么所谓“俗气”、“不入流”或“庸俗”的呢？为什么画面上的两只鸟代表了世俗化、大众化的低品位？这一点实在令人困惑。

事实上，为了说明“有点Kitsch”这句话有着怎样的含义，不得不向中国学生林林总总罗列出一大堆内容，而这其中并不是每一点都那么容易理解。若要解释Kitsch一词，大致需要讲清楚以下几层含义：





俗套、公式化

从德国人的观点来看，陈式化的观念与说法里的真实成分都值得推敲；相反，在汉语的日常使用中，公式化的言谈与行为却很常见，没有人会因为认为法国人都很浪漫、德国人都很严谨而受人侧目。

浓厚的象征意味

自黑格尔以来，象征一直被视为较低发展层次的标志，作为艺术表现手段在德国普遍不受欢迎，这一点与中国截然相反：在中国，象征迄今为止一直具有重要意义，无论其形式是吉祥物、传统图像语言，还是身份、地位的象征。

拙劣而廉价的模仿

众所周知，模仿在中国的门槛并不是很高，因为成就大师的传统途径便是对大师进行模仿。而问题仅仅在于，要想设计出优秀的中国家具是否非要模仿欧洲巴洛克风格不可？

制造“美好”假相

在德国人看来是“隐瞒真相”的一种表现，对普通中国人而言却是向外界展示事物好的一面；人们展示的都是符合期望图景的东西，毕竟“家丑不可外扬”。传统的中国绘画也同样讲究所谓“取舍”：画面中只呈现有益于整体和谐的东西，而摒弃对此无益的内容。

虚假神话，尤其是民族主义神话

大多数中国人对民族主义神话和爱国主义所抱有的感情，在曾经深受其害的德国人看来却是避之唯恐不及的危险事物。



过分甜蜜与多愁善感

过分甜蜜、多愁善感当然是“Kitsch”最显著的特点。遍及世界各个角落的纪念品以及诸如此类毫无用处的小玩意都体现着这种特点，它们大多都是些粗制滥造的廉价倾销品。

将个中含义抽丝剥茧、一一解释清楚似乎相当困难。我们试图让学生们明白，之所以说这种浅蓝色“俗气”，并不是因为它代表什么“民俗”风格，但可以说是因为它太容易让人联想到风景明信片上常见的那种蓝天。再加上背景中的鲜花，整幅画面显得有点太过甜美了，通俗地说就是——“有点假”。说到这里，这位女生才恍然大悟：“这样啊，我懂了！”

有点媚俗，有点假

关于“真”与“假”的感知在艺术领域尤为常见，因此或许可以这样来概括关于“Kitsch”的讨论：日常的俗套所展现的并不是事物的全部真相，模仿是一种虚假映像，幸福美好并非世界的真实图景，民族神话与历史真相也相去甚远。说到这里我们德国人却会格外警惕，马上反驳道：“真理”是什么？一成不变的真理并不存在。自进入后现代以来，“真”、“假”这样的概念已经不再是站得住脚的有效论据了。或许这正是“Kitsch”一词——作为艺术真实之辩的一种替代性概念——被人们如此执着使用的原因所在？

兼容并蓄，良莠不分

作为最难翻译的德语概念之一，“Kitsch”在欧洲其它国家很早就作为外来词进入了日常语言领域。而这在汉语中几乎不太会发生。中国人通常如何处理这个概念，从网上的翻译例句中可见一斑：

“Typischer Vergnügungspark-Kitsch”被翻译为“经典的游乐园设计。”“Kitsch”一词隐含的贬义消失不见了，剩下的是大家普遍接受的那些中国游乐园标准配置：塑料宫殿、鸭子形状的脚踏船、迪斯尼兔子等等。

“Im Dezember war ganz Shanghai voll von Kitsch”这句话翻译成中文后被置换为“十二月整个上海到处都是节日装饰品”。塑料圣诞树、充气式圣诞老人、金色粉饰和五颜六色的橡胶线灯串……中国式圣诞节的所有这些烂俗，怎么一下子变成了全然中性的装饰品？

中国人无疑非常善于接受外部事物的影响，但这种接受有时就是不加鉴别、泥沙俱下，于是也就容易这样的结果：一些被德国人理解为“俗不可耐”的东西，在中国人眼中却成了西方的代表事物甚或被误解为西方标准。

中国新兴“小资”的定位标准

在这方面很值得玩味的是新近流行的所谓“小资”文化。在此不妨走进一栋北京的别墅，看看这里的“小资”定位标准：

“一面有大理石柱的高大玻璃幕墙前放着一组超大沙发，金色的木制扶手，丝绒沙发套上绣着青绿色图案；中间放着一张边角饰有象头图案的硕大玻璃茶几；沙发中间是



一座长颈鹿木雕，明式案几上摆放着一部装有数字显示屏的老式摇柄电话；超大尺寸平板电视嵌在大理石底座的电视墙上，墙上挂有古典风格的油画，最上端是一面两米长的大理石浮雕，画面中一个裸体女人和一头动物依偎在一起；旁边是鲜花盛开、灌木葱茏的园林，金鱼在蜿蜒曲折的溪流中游动，一座小木桥通向小岛，岛上的花园里挂着秋千，大理石雕像、石膏做的鹅、塑料盆景点缀其中。”

“简直俗不可耐！”德国访客面带微笑暗自想道。“你看多漂亮，像是给公主做的啊！”中国同事的女儿情不自禁地发出了一声惊叹。而这一切陈设的目的其实不就是为了向外人炫耀自己过着高级的、标准的西方生活吗？

问题出在哪里？或许就在于前面提到的“媚俗”一词中的“媚”字。但这里的“媚俗”所代表的并不是迎合某种中国传统习俗，而是指迎合一种被误解了的西方式幸福观，而这种误解往往被肤浅乏味的影视剧源源不断地加以强化。这种展示并不“真实”，它是一种不合时宜的过度模仿。

德国设计：严谨而无趣

让我们扭转目光，站在旁观者的角度对德国人的审美标准进行一番检视：在中国，德国设计一般被贴上“严谨”、“无趣”这样的标签，它们过于冷硬和注重功能性，并且太过单调、线性。

用中国人的眼光来看，德国的图案设计往往具有“四平八稳”的特点：过于专注自身，缺乏曲线和动感，用一句话来说就是——“不讨喜”；相反，中国设计却蜿蜒多变、富于叙事性，从另外一种角度来看则可以说是曲折、矫饰，不够简洁。如果对此做以评价，德国人脑子里或许立马会浮现出“Kitsch”一词——但从文化比较学的角度来看，这个词还是不用为妙。

在德国如果谁把什么东西称之为“Kitsch”，他便自然而然地跻身于“高雅”一族。但我们到底是不是真的这样富有品位吗？或者我们不过是单调乏味而已？

笼统一片“Kitsch”？

要让这些怀疑烟消云散，我们只要翻开中国的某些对外的时尚杂志，看看它们如何试图框定外国人眼中的中国印象。这时就能明白，若我们把自己不太习惯的“重口味”统称为“Kitsch”，这是一种高傲自大的态度，而关键却在于一种对自身周围的真实缺乏诚意的表现。于是一个问题随之产生：“Kitsch”一词是否最适合形容当今的中国，也就是正在试图迎合一种想象中的外部目光，来构建自己新文化的中国？

如果给西方人看的中国仅止于长城，大熊猫，一身京剧行头、脸上洋溢着微笑的外国游客，饰有金龙图案的红漆大鼓，在红日初升的背景下打太极拳的人；如果每一个被采访的中国人都自称幸福，如果女孩们站在纸花点缀的小树前对着镜头摆姿势等等，最终对内对外所有一切只允许符合理想图景的东西存在——这难道不是一种笼统庞大的“Kitsch”吗？

或许“Kitsch”的词义会发生嬗变，转而成为“理想中的美”的含义？又或者中国人在观念上会有所转变，并逐渐反思为什么大家制造、享受和参与如此多的“Kitsch”？

撰文：林小发 (*Eva Lüdi Kong*)

自由译者、文化传播人

译文：史竞舟

首次发表于2013年2月，中德文化网

KONTAKT | CONTACT | 联系方式

Stefanie Thiedig 由甲

Kulturgut 文化财富

Kulturvermittlung und Plattform freischaffender Kreativer in Beijing und China

Cultural advisory and platform of freelancing creatives in Beijing and China

文化交流及自由创作者平台 (中国 • 北京)

- Kultur- und Kunstprojekte | culture and arts projects | 文化和艺术项目
- Foto- und Videografie | photo- and videography | 影像
- Multimedia Storytelling | multimedia storytelling | 多媒体叙事
- Textlektorat | text editing | 文字编辑

Fon: (+86) -10-8407 8551

Mobil: (+86) 135 5240 9858

D: (+49) -157-8198 1606

Mail: info@kulturgut-china.de

Web: www.kulturgut-china.de

Blog: <http://kulturgut.blogger.de/>

新浪微博: 文化财富

Design 设计: Julia Hofmann 何悠丽

Eine Idee entwickelt und als Fokus realisiert für das Online-Feuilleton Deutsch-Chinesisches Kulturnetz, Dezember 2012.

An idea developed and realised as focus for the online feuilleton German-Chinese Culture Net, December 2012.

一个专为中德文华网开发的创意思法并作为焦点运行, 2012年12月。

