

KUNST KITSCH UND KREATIVITÄT



Da Vinci

Erforscher optischer Regeln

Kunsttherapie

Malen gegen die inneren Dämonen

Wahrnehmung

Der andere Blick



Antje Findekleee
E-Mail: findekleee@spektrum.de

Liebe Lesende,

»Ist das Kunst, oder kann das weg?« – hinter der Frage steht weit mehr als die nach persönlichem Geschmack. Wird Kunst vielleicht erst zu Kunst, wenn sie im entsprechenden Rahmen präsentiert wird? Kann eine Mona Lisa kitschig sein und ein Banksy an einer Brücke einfach nur ein Fall für die Straßenreinigung?

Doch das Thema Kunst bietet natürlich noch weit mehr: Wir gehen in dem Kompakt auf Spurensuche zu Preußisch- oder Berliner Blau, forschen nach, woher Künstlerinnen und Künstler ihre Kreativität nehmen und stellen Ihnen vor, wie Kunst auch heilsam wirken kann.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen

Erscheinungsdatum dieser Ausgabe: 25.05.2021

CHEFREDAKTION: Dr. Daniel Lingenhöhl (v.i.S.d.P.)

REDAKTIONSLEITUNG: Alina Schadwinkel (Digital),
Hartwig Hanser (Print)

CREATIVE DIRECTOR: Marc Grove

LAYOUT: Oliver Gabriel, Marina Männle

SCHLUSSREDAKTION: Christina Meyberg (Ltg.),
Sigrid Spies, Katharina Werle

BILDREDAKTION: Alice Krüßmann (Ltg.), Anke Lingg, Gabriela Rabe

REDAKTION: Antje Findekleee, Dr. Michaela Maya-Mrschtik

VERLAG: Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH,
Tiergartenstr. 15–17, 69121 Heidelberg, Tel.: 06221 9126-600,

Fax: 06221 9126-751; Amtsgericht Mannheim, HRB 338114,

USt-IdNr.: DE229038528

GESCHÄFTSLEITUNG: Markus Bossle

MARKETING UND VERTRIEB: Annette Baumbusch (Ltg.),
Michaela Knappe (Digital)

LESER- UND BESTELLSERVICE: Helga Emmerich, Sabine Häusser,
Ilona Keith, Tel.: 06221 9126-743, E-Mail: service@spektrum.de

BEZUGSPREIS: Einzelausgabe € 4,99 inkl. Umsatzsteuer

ANZEIGEN: Wenn Sie an Anzeigen in unseren Digitalpublikationen interessiert sind, schreiben Sie bitte eine E-Mail an anzeigen@spektrum.de.

Sämtliche Nutzungsrechte an dem vorliegenden Werk liegen bei der Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH. Jegliche Nutzung des Werks, insbesondere die Vervielfältigung, Verbreitung, öffentliche Wiedergabe oder öffentliche Zugänglichmachung, ist ohne die vorherige schriftliche Einwilligung des Verlags unzulässig. Jegliche unautorisierte Nutzung des Werks berechtigt den Verlag zum Schadensersatz gegen den oder die jeweiligen Nutzer. Bei jeder autorisierten (oder gesetzlich gestatteten) Nutzung des Werks ist die folgende Quellenangabe an branchenüblicher Stelle vorzunehmen: © 2021 (Autor), Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH, Heidelberg. Jegliche Nutzung ohne die Quellenangabe in der vorstehenden Form berechtigt die Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH zum Schadensersatz gegen den oder die jeweiligen Nutzer. Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte und Bücher übernimmt die Redaktion keine Haftung; sie behält sich vor, Leserbriefe zu kürzen.

Folgen Sie uns:



SEITE
04

WAHRNEHMUNG
Der andere Blick

FOTOGRAFIA INC. / GETTY IMAGES / ISTOCK

SEITE
20

SPRINGERS EINWÜRFE
Jedem Pinselstrich gingen
theoretische Erkenntnisse
voraus



GRAFFISSIMO / GETTY IMAGES / ISTOCK

CHEMISCHE UNTERHALTUNGEN
Kunst trifft Chemie: Radierungen

SEITE
34

GIOLITO / GETTY IMAGES / ISTOCK

KUNSTTHERAPIE
Malen gegen die
inneren Dämonen

SEITE
52

HSYNCOBAN / GETTY IMAGES / ISTOCK

- 11 ÄSTHETIK
Was unterscheidet Kunst von Kitsch?
- 14 WARKUS' WELT
Ist das noch Kunst?
- 17 SPRINGERS EINWÜRFE
Im Spinnennetz des Kunstbetriebs
- 27 HEMMER UND MESSNER ERZÄHLEN
Kleine Geschichte vom Preußischblau,
dem Zufallsfund der Alchemisten
- 31 WERK EINES »VERRÜCKTEN«
Edvard Munch versteckte Botschaft
in seinem »Schrei«
- 40 HEMMER UND MESSNER ERZÄHLEN
Kleine Geschichte eines Kunstfälschers,
der um sein Leben malte
- 44 KREATIVITÄT
Wo nehmen Künstler ihre lebhafteste
Fantasie her?
- 48 KOGNITION
Alphawellen fördern kreatives Denken
- 50 LERNSTRATEGIEN
Malen hilft dem Gedächtnis



WAHRNEHMUNG
DER ANDERE

BLICK

von Claus-Christian Carbon

Was unterscheidet Kunst von bloßem Handwerk oder von Kitsch?
Alle drei betreffen unser ästhetisches Empfinden, doch nur Erstere stellt
es grundlegend in Frage.

Ist das Kunst, oder kann das weg?« Diese ironisch gemeinte Frage spielt auf die Schwierigkeit an, Kunst von Nichtkunst sicher zu unterscheiden. Als ein berühmtes Beispiel gilt Joseph Beuys' Installation »Fettecke« von 1986, die um ein Haar dem Reinigungseifer einer Putzkraft in der Düsseldorfer Kunstakademie zum Opfer fiel. Warum sollten fünf Kilogramm Butter unter der Decke eines Atelierraums auch Kunst sein? Nur weil ein Künstler den Fettklumpen dort platziert hat – oder gibt es noch andere Gründe?

Die Geschichte der »Fettecke« bringt einen unwillkürlich ins Grübeln: Was genau ist Kunst, und wie lässt sie sich definieren? Liegt sie allein im Auge des Betrachters, ist also rein subjektiv, oder las-

sen sich objektive Kriterien angeben? Und wozu dient sie überhaupt?

Eine weitere Variante der Irritation über Kunst klingt so: »Das hätte ich auch gekonnt!« Soll heißen, was ist schon so besonders an diesen wie zufällig hingeworfenen Farbklecksen oder an jenen zur »Installation« erklärten Objekten? Wo das handwerkliche Geschick nicht unmittelbar erkennbar ist, bleibt einerseits natürlich offen, ob man ohne die Kenntnis des Werks und seiner Relevanz »so etwas« selbst hätte erschaffen können. Andererseits sind die einfach erscheinenden Ideen nicht zwangsläufig trivial oder naheliegend – zumal wenn man die Entstehungszeit berücksichtigt. Genau das fällt uns meist schwer, da wir im Denken und in den Gewohnheiten der Gegenwart verhaftet sind.

Eine pragmatische Definition besagt, Kunst sei einfach das, was in einem Kunstmuseum steht. Damit wird der

AUF EINEN BLICK

Immer wieder neu

01 Was Kunst ist, kann man schwer auf einen Nenner bringen. Sie unterscheidet sich jedoch einerseits von handwerklichem Können, andererseits von dekorativem Kitsch.

02 Kunstobjekte transportieren zwar nicht unbedingt eine Aussage, regen aber dazu an, das Gewohnte zu hinterfragen. Sie bleiben daher stets zu einem gewissen Grad unbestimmt.

03 Wegen dieser semantischen Instabilität lassen sich Kunstwerke immer wieder neu interpretieren. Doch meist verlieren sie ihr irritierendes Potenzial, wenn sie gedankenlos verbreitet werden.

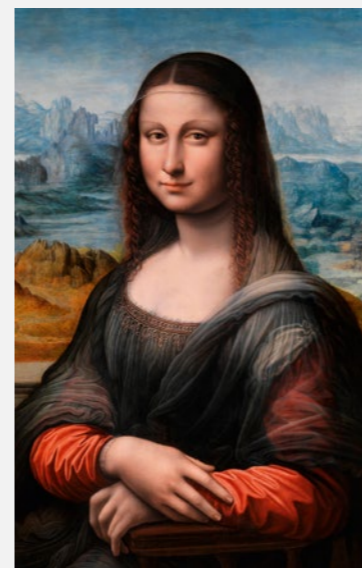
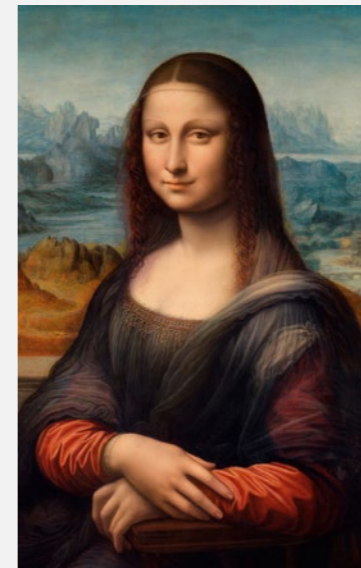
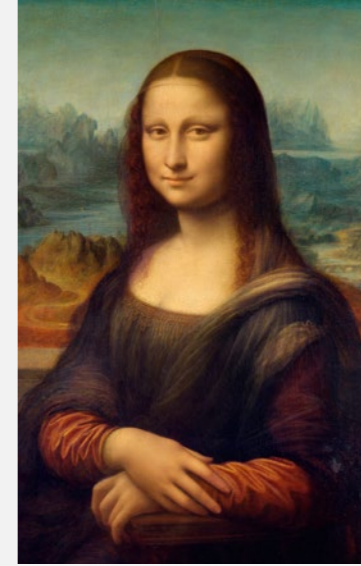
Claus-Christian Carbon ist Professor für Allgemeine Psychologie und Methodenlehre an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg.

Ausstellungsort, die Präsentation zum alleinigen Kriterium. In der Tat urteilen Menschen oft danach, ob etwas in einem kulturell aufgeladenen Kontext geschieht oder nicht.

Obwohl Klassikfreunde die Tonkunst des Violinisten Joshua Bell hoch schätzen und teils viel Geld bezahlen, um ihn live zu hören – bei einem Inkognitokonzert des Meisters in der Washingtoner U-Bahn, bei dem er Werke von Johann Sebastian Bach vortrug, interessierte sich praktisch niemand für sein Spiel. Waren die gut 1000 Passanten, die während der 45-minütigen Aufführung vorbeigingen, bloß zu gestresst oder abgelenkt, um die Kunst zu bemerken? War es vielleicht das »falsche Publikum«, das solche Virtuosität nicht zu würdigen wusste? Jedenfalls würde kaum jemand Bells Spiel den Kunststatus absprechen, nur weil es nicht in einer Philharmonie erklang.

Menschen verwenden Heuristiken, also grobe Faustregeln und Kontextinformationen, um einer Sache Bedeutung zuzuschreiben. Deshalb schmeckt uns ein vermeintlich teurer Wein meist besser als ein preiswerter – selbst wenn es sich um ein und denselben Tropfen handelt. Das

MIT FRDL. GEN. VON CLAUDIUS CARACCIO



Kunst oder Kitsch?

In einer Laborstudie des Autors und seiner Kollegin Vera Hesslinger betrachteten Probanden verschiedene Varianten der Mona Lisa. Die präsentierten Bilder changierten dabei zwischen dem im Louvre ausgestellten Original (oben links) und der zeitgenössischen Kopie eines Leonardo-Schülers, die im Prado in Madrid hängt (letzte Reihe rechts). Die kräftigen Farben der Mona Lisa del Prado empfanden die Teilnehmer im Schnitt zunächst als künstlerisch weniger wertvoll, doch diese anfängliche Skepsis verkehrte sich mit der Zeit ins Gegenteil.

Ein und dasselbe Werk kann Kunst und Kitsch zugleich sein

bewiesen Psychologen um Hilke Plassmann, damals am California Institute of Technology in Pasadena, 2008 in einem Experiment. Ihre Probanden sollten die geschmackliche Qualität vorgeblich verschiedener Weine bewerten. Und siehe da: Je höher der nebenbei erwähnte Preis ausfiel, desto besser mundete der Tropfen – obwohl er mit dem billigeren identisch war!

Die Probanden hatten zudem meist eine plausibel klingende Erklärung für das bevorzugte Bukett parat. Und ihr mittlerer orbifrontaler Kortex, ein Teil des Stirnhirns, das an Geschmacksurteilen beteiligt ist, regte sich bei Wohlgefallen vermehrt. Kurz: Der Preis beeinflusste die sinnliche Erfahrung, und zwar ganz automatisch, ohne bewusstes Nachdenken.

Das Gleiche passiert bei Kunst, die als solche inszeniert wird. So erscheinen uns Dinge in einem kunstnahen Kontext nicht nur ästhetisch wertvoller, sondern wir sind dann oft überhaupt erst bereit, sie als

Kunst anzusehen. Dieses so genannte Framing (zu Deutsch: Umrahmen) ist ein vielfach belegter Effekt der Denk- und Wahrnehmungsforschung. Er erklärt auch, warum die in Museen ausgestellten Graffitis und Stencils (Schablonenkunst) des Streetart-Künstlers Banksy sechsstelligen Europreise erzielen, während die gleichen Werke im öffentlichen Raum bisweilen der Stadtreinigung zum Opfer fallen.

In Sachen Kunst spielt demnach der Kontext eine Rolle. Doch das allein genügt nicht, denn sonst verlöre ein Objekt ja seinen Status als Kunstwerk, sobald es ins Archiv wandert, restauriert oder gestohlen wird. Außerdem besäßen dann einzelne Kuratoren die Macht zu entscheiden, was Kunst ist und was nicht. Offenbar muss noch mehr hinzukommen. Nur was?

Ist Kunst einfach das, was Künstler tun? Leute also, die mit ihrem kreativen Schaffen Geld verdienen? Viele Genies der Kunstgeschichte konnten jedoch kei-

neswegs von ihrem Werk leben – so etwa Vincent van Gogh (1853–1890), der für seine Zeitgenossen viel zu modern malte, oder Johannes Vermeer van Delft (1632–1675), der schlicht zu unproduktiv war. Andere wiederum bringen durchaus ästhetisch ansprechende Werke hervor, schaffen aber keine Kunst, sondern Kitsch. Längst nicht jeder, der dekorativ malt oder gestaltet und sich selbst für einen Künstler hält, ist auch einer.

Sollten wir folglich jenseits vom Ort der Präsentation und vom Status der Urheber den Entstehungsprozess zum Maßstab nehmen? Sicherlich ist Kunst kein bloßes Zufallsprodukt und auch nichts, was allein die Natur formte, wie eine Landschaft oder eine kunstvoll geschwungene Blüte. Allerdings müssen wir den an Menschen gebundenen Kunstbegriff vielleicht schon bald erweitern, weil künstliche Intelligenz zu malen, zeichnen und bildhauern beginnt. »Robodonien«, das Kölner Roboterkunstfes-