Hammami / Pawlak / Rüth

(Re-)Inventio

Die Neuauflage als kreative Praxis in der nordalpinen Druckgraphik der Frühen Neuzeit



69,95 €
65,37 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783110692686
Medium: Buch
ISBN: 978-3-11-069268-6
Verlag: De Gruyter
Erscheinungstermin: 07.11.2022
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2022
Serie: Andere Ästhetik – Studien
Produktform: Gebunden
Gewicht: 1096 g
Seiten: 404
Format (B x H): 170 x 240 mm

Die in der Frühen Neuzeit gängige Praxis der Neuauflage druckgraphischer Einzelblätter und Serien war nicht nur von ökonomischen Interessen der Verleger geleitet, sondern zugleich Ausdruck einer innovativen ästhetischen Auseinandersetzung mit bestehenden Bildfindungen. Das Spektrum dieses produktiven Umgangs mit etablierten Inventionen umfasste unveränderte Wiederauflagen respektive Kopien, aber auch konzeptuelle Überarbeitungen und Ergänzungen sowie programmatische Umkontextualisierungen. Im Anschluss an neuere kunsthistorische Forschungen, die im Akt des zeichnerischen, malerischen oder druckgraphischen Reproduzierens ein signifikantes gestalterisches Potenzial erkannt haben, sollen derartige Neukonfigurationen in der nordalpinen Druckgraphik als mediale Formen kreativer Aneignung begriffen werden. In diesem Sinne sind Neuauflagen als (Re-)Inventionen zu verstehen, deren spezifischen visuellen Strategien der Anlehnung an und Abweichung von vorhergehenden Auflagen sich der interdisziplinäre Band widmen möchte. Anhand von Fallstudien wird untersucht, inwieweit sich die nach wie vor diskutierten Fragen nach den sozioökonomischen Faktoren der Produktion und Rezeption von Druckgraphiken mit Überlegungen zu deren Relevanz als kultureller Artikulationsraum und Medium künstlerischer (Selbst-)Reflexion verbinden lassen.

This interdisciplinary volume examines a practice that was common in the early modern north Alpine region, namely the making of new edition prints, and argues that it was a complex aesthetic strategy of creative appropriation. It focuses on the socioeconomic factors involved in the production and reception of print (re-)inventions and considers their relevance as a space of cultural articulation and a medium of artistic (self-)reflection.

This interdisciplinary volume examines a practice that was common in the early modern north Alpine region, namely the making of new edition prints, and argues that it was a complex aesthetic strategy of creative appropriation. It focuses on the socioeconomic factors involved in the production and reception of print (re-)inventions and considers their relevance as a space of cultural articulation and a medium of artistic (self-)reflection.

Kundenservice Verlag Dr. Otto Schmidt KG
Neumannstraße 10, 40235 Düsseldorf | kundenservice@otto-schmidt.de | 0221-93738-997 (Inland)