Felsing

Reflexive Kataloge

Ein Medium der Übersetzung als Ausstellung, Film und Hypertext



45,00 €
42,06 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Für gewöhnlich präsentieren Ausstellungskataloge das Kunstwerk als von Zeit und Raum losgelöste Reproduktion. Die visuelle Reflexion und die mediale Übersetzung gewinnen jedoch zunehmend an Bedeutung: Neue Bedürfnisse in der Dokumentation von Installations- und Konzeptkunst, die rasante Verbreitung des Internets sowie der damit verbundene Innovationsdruck auf das klassische Buch lassen auch neue Katalogformen entstehen. Ulrike Felsing stellt diese Reflexiven Kataloge vor, die raumbezogene, film- und hypertextartige Präsentationsformen nutzen, um relevante Zusammenhänge zu vermitteln.

1. Warum ein Buch zu diesem Thema?Der Ausstellungskatalog wurde bisher eher text- als bildbezogen, eher inhaltsorientiert als medial behandelt. Außerdem fehlt bis heute eine Untersuchung der historischen Entwicklung von Katalogen, die eine eigenständige künstlerbuchartige Reflexivität kennzeichnet. Solche ›Reflexiven Kataloge‹ präsentieren das Kunstwerk nicht als Reproduktion vor neutralem Grund, sondern machen den ursprünglichen medialen und thematischen Präsentationskontext zugänglich.2. Welche neuen Perspektiven eröffnet Ihr Buch?Neu ist der Fokus auf die veränderten Ansprüche bei der Dokumentation von Installations- und Konzeptkunst. Hier, in den 1960er Jahren, gewinnt die mediale Reflexion zunehmend an Bedeutung. Nicht nur der Kunst selbst, sondern auch dem Katalog geht es nun weniger darum, das Kunstwerk abzubilden, sondern mittels Bildern einen Prozess des Vorstellens in Gang zu setzen. Insbesondere bei der hypertextartigen Gestaltung kommt den Betrachtenden dabei eine aktive Rolle zu.3. Welche Bedeutung kommt dem Thema in den aktuellen Forschungsdebatten zu? Das Buch wird seit den 1990er Jahren aus der Perspektive der Medialität, Intermedialität und Materialität neu diskutiert. Aus heutiger Sicht wird erkennbar, dass die ›alten‹, analogen Medien, wie der Druck, den Bezugsrahmen für das Verständnis sogenannter ›neuer‹, digitaler Medien, wie das Internet bilden. Auch Bezugnahmepraktiken wie die visuelle Anspielung oder das Bildzitat stehen wiederholt im Fokus aktueller Forschungsarbeiten.4. Mit wem würden Sie Ihr Buch am liebsten diskutieren?Mit Sybille Krämer, Ludwig Jäger und Jens Schröter! Das Buch dürfte neben Medientheoretiker_innen auch für Bildwissenschaftler_innen, Designer_innen und Kurator_innen von Interesse sein. Indem es eine Brücke schlägt zwischen theoretischer und praxisbezogener Forschung, kann es aus beiden Perspektiven gelesen werden.5. Ihr Buch in einem Satz:Eine praxiswissenschaftliche Untersuchung gestalterischer Mittel, mit denen Designer_innen ihren spezifischen Umgang mit Bildern in Katalogen reflektieren.

Artikelnummer: 9783837656282
Medium: Buch
ISBN: 978-3-8376-5628-2
Verlag: transcript
Erscheinungstermin: 20.05.2021
Sprache(n): Deutsch
Auflage: 1. Auflage 2021
Serie: Image
Produktform: Kartoniert
Gewicht: 489 g
Seiten: 314
Format (B x H): 148 x 225 mm

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