

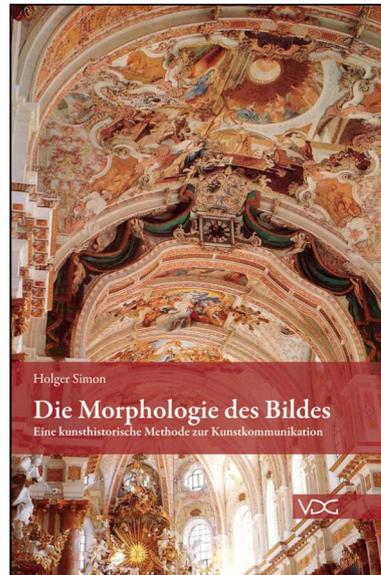
Die Morphologie des Bildes

Eine kunsthistorische Methode zur Kunstkommunikation

Man kann über visuelle Phänomene sprechen, möglicherweise das ‚Was‘ sie darstellen benennen und das ‚Wie‘ beschreiben, ein wichtiges Element aber, die visuelle Wahrnehmung selbst, bleibt der Sprache fremd. Spätestens seit Bellori bestimmt diese Erkenntnis das Schreiben über Kunst und verweist auf den Hiatus zwischen Ikonographie und Formanalyse.

Die Studie nähert sich Kunst, in dem sie die visuelle Wahrnehmung in den Fokus ihrer Betrachtung stellt und die zentrale Frage zu beantworten versucht, wie Kommunikation durch Kunst, also durch Wahrnehmung möglich ist. Am Beispiel der sakralen Innenräume der Neuzeit wird das Verhältnis von Betrachter und Bild problematisiert, um basierend auf einem differenztheoretischen Kunstbegriff (Luhmann, Spencer-Brown) die Eckpfeiler einer kunsthistorischen Methode herauszuschälen, mit der die auf Wahrnehmung basierende Bildrezeption untersucht und im Hinblick auf Kunstkommunikation interpretiert werden kann. Eine solche Methode wird Morphologie des Bildes genannt.

Die Morphologie bietet den begrifflichen Rahmen und das Verfahren, die ikonischen Strukturen als Grundlage einer Bildrhetorik zu analysieren und ihren Wandel als eine Evolution der Formen zu beschreiben, die alternativ zur herkömmlichen Stilkritik vorgestellt wird. Die Morphologie des Bildes wird am Beispiel der Innenraumgestaltung Klosterkirche Fürstenfeldbruck ausführlich durchgeführt. Sie liefert neue Erkenntnisse in Bezug auf die ikonischen Strukturen der vorgestellten Innenräume und bieten so einen grundlegenden Beitrag zur ikonographischen Forschungen im Kommunikationssystem Kunst.



VDG Weimar

1. Auflage 2012

Band 0

Hardcover

388 Seiten

100 Abbildungen in Farbe

Buchausgabe (D): 28,00 €

ISBN: 978-3-89739-692-0
