

Die Text-Kunstkammer

Populäre Wissenssammlungen des Barock am Beispiel der »Relationes Curiosae« von E.W. Happel

Bearbeitet von
Flemming Schock

1. Auflage 2011. Buch. 420 S. Hardcover
ISBN 978 3 412 20615 4
Format (B x L): 15,5 x 23 cm

Weitere Fachgebiete > Philosophie, Wissenschaftstheorie, Informationswissenschaft >
Wissenschaften: Allgemeines > Nachschlagewerke, Wörterbücher, Zeitschriften,
Bibliographien, Verzeichnisse

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text "beck-shop.de" in a bold, red, sans-serif font. Above the "i" in "shop" are three red dots of increasing size. Below the main text, the words "DIE FACHBUCHHANDLUNG" are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhalt

Vorwort	IX
I. Einführung: (Periodische) Medien des Wissens im 17. Jahrhundert	1
1.1. Von „toll gewordenen Realenzyklopädien“: Annäherung an den Gegenstand	1
1.2. Forschungsstand	11
1.3. Erkenntnisinteresse, methodische Perspektiven und Aufbau der Arbeit	26
II. Entstehungshintergründe und pressegeschichtlicher Rahmen	34
2.1. Zwischen Börse, Kaffeehaus und der Welt: Hamburg als Medienmetropole	34
2.2. Berufsschriftsteller und Dichter-Journalisten: Literarisches Leben in Hamburg	46
2.3. Die Medientypologie im Verlag Wiering und Happels Rolle als Redakteur	52
2.4. Barocke Wissensarchive: Die <i>Relationes Curiosae</i> im Kontext von Happels Œuvre	63
2.5. Die <i>Relationes Curiosae</i> im Kontext anderer ‚Journale‘: Merkmalsvergleiche	77
III. Kulturelle Voraussetzungen: Diskurse über das „Curieuse Seculum“ ...	84
3.1. Weltverfallenheit: Ambivalenz und Aufstieg der Neugier im 17. Jahrhundert	87
3.2. Neugier und neue Medien: Die Pressedebatte des 17. Jahrhunderts	94
3.3. „Curiosität“: Semantische Dimensionen in den <i>Relationes Curiosae</i>	98
3.4. Neugier und neues Wissen? Die <i>Relationes Curiosae</i> als Komplement zur Tagespresse	103
3.5. Neugierige Kultur / Sammeln als Wissen: Von „Curiositäten“	106

VI	Inhalt
IV. (Un-)Ordnungen des Wissens: Die <i>Relationes Curiosae</i> im enzyklopädischen Zeitalter	111
4.1. Polyhistorismus und enzyklopädisches Wissen	112
4.2. Bücherlust und Bücherfrust: Wissensverarbeitung und Ordnungstechniken	115
4.3. Die <i>Relationes Curiosae</i> im weiteren enzyklopädischen Umfeld.....	119
4.3.1. Gefällige Unordnung: Die Strukturtradition der ‚Buntschriftstellerei‘	125
4.3.2. „Angenehme Confusion“ und assoziative Textorganisation in den <i>Relationes Curiosae</i>	129
4.4. Knotenpunkte im Wissenskosmos: Vorläufer und Quellen Happels	144
4.5. Selektion, Reproduktion, Vermittlung: Happels kompulatorisches Selbstbild	162
V. Wissenspopularisierung: Publizistische Konzeption und Programmatik der <i>Relationes Curiosae</i>	167
5.1. Alte und neue Paradigmen der Popularisierungsforschung.....	168
5.2. Konzept und Dimensionen der Wissenspopularisierung in den <i>Relationes Curiosae</i>	171
5.3. Schnittstellen: Happels persönliche Kontakte zur Gelehrtenwelt	182
VI. Reale und virtuelle Sammlungsräume: Wissen zwischen Materialität und Textualität	188
6.1. „Die Wunderbare Kunst-Kammer“: Ausgreifen von Wissensform und Wissensraum	191
6.2. Die Integration von Kunst- und „Buchkammer“	199
6.3. Die (Text-)Kunstkammer: Medienübergang und -vergleich.....	204
6.3.1. Bruchstücke und Projektion fremder Welten	206
6.3.2. Ein Kompendium aller merkwürdigen Dinge.....	207
6.3.3. Ordnung der (Text-)Kunstkammer und religiöser Überbau	212
VII. Schlüsseldiskurse der Text-Kunstkammer: Beispielanalysen des Wissenshorizontes	216
7.1. Außenansichten der „Welt-Kunstkammer“: Von Seltsamkeiten fremder Nationen.....	217
7.1.1. Die „Curiosität“ des Anderen: Determinanten der Fremdwahrnehmung.....	222
7.1.2. Abwehr durch religiöse Gegenfiguren: Christen und ‚heidnische Barbaren‘	223

Inhalt	VII
7.1.3. Zeitlose Medienthemen: Von Hottentotten und „solennen Exekution[en]“	235
7.1.4. Exotismus und Verlangen: Von ‚künstlichen‘ Chinesen	247
7.1.5. Fazit: Leistungen und Grenzen wöchentlicher „Lehnstuhlethnographie“	256
7.2. Die abweichende, spielende und künstliche Natur	258
7.2.1. Künstliche Wunder der Natur / Natürliche Wunder der Kunst	266
7.2.2. Mediengeschichte eines Kunstwunders: „Das Wunder-Horn zu Oldenburg“	277
7.2.3. „Die seltsam gebildete Mandragora“ und andere anthropomorphe Pflanzen	288
7.3. Neue Wunder: Die Popularisierung der ‚neuen‘ Wissenschaften	296
7.3.1. „Himmels-Wissenschaft“ und „Sternen-Gucker“	298
7.3.2. „Die neulich erfundene Microscopia oder Vergrößerungs-Gläser“	312
7.3.3. Wissen aus (medialer) Erfahrung? Semantik und Pragmatik eines Begriffs	326
VIII. Schlussbetrachtung und Ausblick: Periodizität und wissenskultureller Wandel?	332
8.1. Semantiken und Kritik des Wunderbaren	332
8.2. Medientypus des Barock – Medientypus der Moderne?	346
8.3. Epilog: Skizze zur Rezeptions- und Wirkungsgeschichte der <i>Relationes Curiosae</i>	365
Literaturverzeichnis	382
Abbildungsnachweise	407
Register	409