

SÖK...

FÖRSTASIDAN

LÄNKAR

KONTAKTA OSS

Förstasidan ► På gång

Förstasidan

Nyheter

Kritik

Porträtt

Essäer

Debatt

Krönikor

Veckans bild

På gång

- Landskapskarta
- Osäker? Se kartan ovan!
- Blekinge
- Bohuslän
- Dalarna
- Dalsland
- Gotland
- Gästrikland
- Halland
- Hälsingland
- Härjedalen
- Jämtland
- Lappland
- Medelpad
- Norrbotten
- Närke
- Skåne
- Småland
- Södermanland
- Uppland
- Värmland
- Västerbotten
- Västergötland
- Västmanland
- Ångermanland
- Öland
- Östergötland

Vad är Tidningen Kulturen?

Bli prenumerant!

Kontakta oss



Lägg till händelse



Listformat



Veckoformat



Dagformat



Kategorier



Sök

Händelse: 'Aktuellt på Kulturhuset i Stockholm'

Uppland

Datum: Torsdag, Augusti 31, 2006 At 08:00

Varaktighet: 1 Dag

Upprepa händelse: Varje Dag till Oktober 30, 2006

Tomhetens Triumf

av Alessandra Di Pisa, avgångselev Konstfack

Tomhetens Triumf är en utställning och en bok av konstnären Alessandra Di Pisa. Galleriet K1 är dock lika tomt som namnet antyder och på de stora glasväggarna finns enbart ett antal affischer uppsatta. På dessa marknadsförs boken Tomhetens Triumf som utgör utställningens egentliga "innehåll".

Men Tomhetens Triumf är en bok helt och hållet hopklitrad av andra böcker om konst, skrivna om andra konstnärer än Di Pisa. Alessandra Di Pisa lånar befintlig retorik, idéer och teorier om andra konstnärer och gör de till sina.

I en värld av kopior och ständiga referenser diskuterar Alessandra Di Pisa hur vi skiljer mellan begreppen original och kopia, samt enkelheten i att skriva in nya idéer i redan befintlig retorik.

"Idén bakom konstverket handlar om behovet av exponering och hur den meningsskapande retoriken är nödvändigt för en konstnärlig praktik idag. Var går gränsen mellan meningsbyggandet och marknadsföringen av ett konstverk/konstnärskap - och är dessa två komponenter överhuvudtaget oskiljbara. Klassiska marknadsföringsknep är alltså en viktig del av min konstnärliga undersökning. I den här utställningen uteblir det traditionella "konstverket". Kvar finns endast de medel som konstverket vanligtvis marknadsförs med: affischerna marknadsför katalogen och katalogen marknadsför utställningen som konstitueras av affischerna.

Verket leker med idén om konstverket som autentiskt. Texterna som används i katalogen är hämtade från texter ur redan befintliga utställningskataloger - texter som beskriver andras konstverk och konstnärskap och som jag här har tagit till mitt eget skapande."

Tillbaka