

Siegel - Bild - Gruppe (Giessen13-14 Jan 06)

Markus

korporativer Siegel im Spätmittelalter - Gießen

01/06

x-post: H-Soz-Kult

[english version below]

Siegel - Bild - Gruppe.

Visualisierungsstrategien korporativer Siegel im Spätmittelalter

Justus-Liebig-Universität Gießen

Margarethe-Bieber-Saal

Ludwigstraße 34

13.01.2006-14.01.2006

Deadline: 08.08.2005

Das Siegel war bis ins Hochmittelalter hinein ausschließlich persönliches Zeichen seines Inhabers bzw. seiner Inhaberin. Die Identität dieser Person wurde auf dem Siegel durch das Zusammenspiel von Textumschrift und Bild generiert. Seit etwa 1100 und verstärkt ab dem 13. Jahrhundert legten sich jedoch auch Gruppen Siegel zu. Zentren dieser Aneignung waren insbesondere die Städte, wo sich immer mehr weltliche und geistliche Gruppen an der auf Schriftlichkeit basierenden Rechtskommunikation beteiligten.

Somit war die bis dahin bestehende Äquivalenz zwischen der siegelführenden Person und dem sie repräsentierenden Siegelbild obsolet geworden. Vielmehr wurde in korporativen Siegelbildern eine Eigendefinition des korporativen Selbstverständnisses der siegelführenden Gruppe vorgenommen. Deren Ikonographie oszillierte zwischen der Rezeption der Personensiegel und dem Aufbrechen von deren engen Darstellungskonventionen. Nehmen wir beispielsweise die Stadtsiegel: je nach Entstehungskontext wurden unterschiedlichste Lösungen gefunden, um die Idee der *communitas* im Bildsystem Siegel umzusetzen. So konnte in ikonographischer Anlehnung an Personensiegel der Stadtherr oder -patron die Gemeinschaft ebenso repräsentieren, wie verschiedene Formen von Architektur- oder Gruppendarstellungen. Die Schwierigkeit eine *communitas* in einem Bild zu erfassen, stellt die

Frage nach dem Verhältnis von dargestelltem Fragment zur Totalität der zu repräsentierenden Gruppe.

Die bislang erst rudimentär erforschten spätmittelalterlichen Gruppensiegel bieten mit ihren komplexen Bildstrukturen ein hervorragendes Feld, den Dialog zwischen den Geschichts- und Bildwissenschaften über ein Medium in Gang zu setzen, das aus Text und Bild Identität konstituierte. Wir laden interessierte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Universitäten, Museen und Archiven ein, ihre Forschungsergebnisse auf der Gießener Tagung zu präsentieren, um so miteinander ins Gespräch zu kommen. Mögliche Beiträge (in Deutsch, Englisch oder Französisch; 30 bis 45 Minuten Länge) könnten sich mit einer der folgenden Fragestellungen beschäftigen:

- wie werden in korporativen Siegeln spätmittelalterliche Ideen von Gruppenidentität visualisiert?
- welche Rolle spielt dabei die Darstellung des Fragmentarischen (Körperteile, Architektur) zur Vergegenwärtigung des Ganzen?
- wie setzen sich Gruppensiegel mit den ikonographischen Traditionen der bisherigen Personensiegel auseinander?
- wie reagieren die alten siegelführenden Eliten auf die Siegelaneignung von Gruppen?
- aus welchen Bildgattungen und -medien sind Motivtransfers in die Siegelbildikonographie zu beobachten?
- in welchem Verhältnis stehen Siegelbilder zu anderen Formen der spätmittelalterlichen Repräsentation?
- ist in korporativen Siegelbildern Geschlechterdifferenz faßbar?
- wie wirkt die Reproduzierbarkeit des Siegelbildes auf dessen Gestaltung?
- wie werden Siegel und ihr Gebrauch in anderen Bildmedien reflektiert?
- wie werden Siegel und ihre Bildlichkeit in juristischen, theologischen und literarischen Kontexten thematisiert?

Up to the Higher Middle Ages seals were considered to be personal signs of their holders exclusively. Image and inscription on the seal's surface generated the holder's identity. Only after 1100 and more frequently from the 13th century on corporations got themselves seals

too. This process of appropriation mainly took place in urban environments, where written legal communication involved more and more clerical as well as secular groups.

As a consequence the identity between the seal's holder and the person represented on it became obsolete. Instead, the images on common seals defined the corporative status of the holding group. Their iconography oscillated between adopting pictorial traditions of earlier personal seals and breaking them down. Take city seals: depending on the particular object's context of production, differing solutions were found to visualize the idea of *communitas*. An urban community could be represented by an image of the city's patron or lord thus following the convention of personal seals. On the other hand, it could also be represented by various forms of visualizing architecture or groups. These strategies of visual appropriation, fragmentation and rearrangement raise issues of how to cover *communitas* in its corporative entirety.

Late medieval common seals with their complex iconography provide an ideal basis for an interdisciplinary discussion on media, which constitute social identity by combining text and image. In past research this issue has been largely understudied. To fill this gap we invite scholars from various institutions, such as universities, museums and archives, to contribute a paper to the Gießen conference. Papers (in German, English or French; 30 to 45 mins.) might recognize questions such as

- how did images on common seals visualize the idea of *communitas*?
- how did depictions of fragments such as limbs or architectural elements represent the corporative entirety?
- did common seals' images deal with iconographic traditions of personal seals?
- how did the old elites of seal holders react to the groups' appropriation?
- from which artistic sources did transfers of iconography take place?
- what ties common seals to other forms of pictorial representation of groups in the Later Middle Ages?
- do images of common seals recognize gender?
- did reproducibility influence the composition of sigillographic images?

- in which way do other works of art depict seals and their usage?
 - how do legal, theological and literary sources reflect common seals and their images?
-

Kurze Exposés (max. 200 Wörter) können bis zum 8. August 2005 per Post oder E-mail an folgende Adresse gesandt werden:

Short proposals (max. 200 words) can be send via e-mail or by regular mail to the following address until 8th August:

Dr. Markus Späth
Justus-Liebig-Universität Gießen
Institut für Kunstgeschichte
Otto-Behaghel-Str. 10 G
D-35394 Gießen
Tel.: +49 (0641) 9928284
Fax: +49 (0641) 9928289

E-mail: markus.spaeth@kunst.geschichte.uni-giessen.de

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden bis Ende August benachrichtigt. Es werden Drittmittel zur Finanzierung der Reise- und Übernachtungskosten der Vortragenden beantragt.

You will receive definite answer until end of August. We apply for funding in order to cover the expense of the participants.

Markus Späth
markus.spaeth@kunst.geschichte.uni-giessen.de

Quellennachweis:

CFP: Siegel - Bild - Gruppe (Giessen13-14 Jan 06). In: ArtHist.net, 15.07.2005. Letzter Zugriff 18.12.2025.
<<https://arthist.net/archive/27380>>.