



**KUNSTERZIEHUNG**

**AUFGABEN C**

**HAUPTTERMIN**

**C I. Kunsttheorie**

**Werbung**

„Werbung ist die Kunst, anderen Leuten zu beweisen, dass sie unserer Meinung sind.“

*(Peter Ustinow)*

1. Definieren Sie den Begriff „Werbung“ unter Berücksichtigung von grundsätzlichen Zielen der Werbung.
2. Das Plakat ist eine wichtige Form der Werbung.
  - a) Nennen Sie grundlegende Gestaltungsmittel für die Plakatwerbung und deren Funktion. Belegen Sie ihre Aussagen anhand des vorliegenden Plakatbeispiels.
  - b) Formulieren Sie einen Vorschlag zur Verbesserung der Werbewirksamkeit dieses Plakats. Beziehen Sie zwei der oben beschriebenen Gestaltungsmittel mit ein.
  - c) Zählen Sie vier weitere Formen der Printwerbung auf.
3. Legen Sie Gründe dar, weshalb das Bild in der Werbung eine deutlich größere Rolle spielt als das Wort.
4. Ein wesentliches Erkennungsmerkmal moderner Unternehmen ist ihre „Corporate Identity“.
  - a) Erläutern Sie diesen Begriff.
  - b) Zeigen Sie Möglichkeiten auf, wie sich das Prinzip der „Corporate Identity“ auf Ihre Schule übertragen lässt?

**C II. Kunstbetrachtung**

**Bildvergleich Michelangelo Merisi da Caravaggio (Barock) - René Magritte (Surrealismus)  
- Zeitgenössische Werbefotografie**

„Für den wahren Künstler ist nur jenes Gesicht schön, das ungeachtet seines Äußeren die Wahrheit der Seele widerspiegelt.“ *(Mahatma Gandhi)*

Ihnen liegen die Reproduktionen folgender Gemälde vor:

Michelangelo Merisi da Caravaggio: „Narziss“, 1598/99

René Magritte: „Die verbotene Reproduktion“ (oder „Porträt of Edward James“), 1937

1.
  - a) Erstellen Sie eine Kompositionsskizze zu dem Bild „Narziss“ von da Caravaggio.  
*(Narziss: Schöner Jüngling der griechischen Sage, der sich in sein Spiegelbild verliebte)*
  - b) Beschreiben Sie den Zusammenhang zwischen Komposition und Bildinhalt.
2. Stellen Sie tabellarisch Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den beiden Werken „Narziss“ und „Die verbotene Reproduktion“ dar. Beziehen Sie sich dabei auf
  - a) Inhalt
  - b) Farbe
  - c) Licht
3. Zusätzlich liegt Ihnen eine Werbefotografie für Schmuck vor, die auch das Motiv der „Spiegelung“ zeigt.  
Ordnen Sie der Werbeaufnahme mögliche Zielgruppen zu und begründen Sie Ihre Aussage.
4. Vergleichen Sie die Rolle des Spiegels in dem Gemälde von René Magritte und in der Werbefotografie.