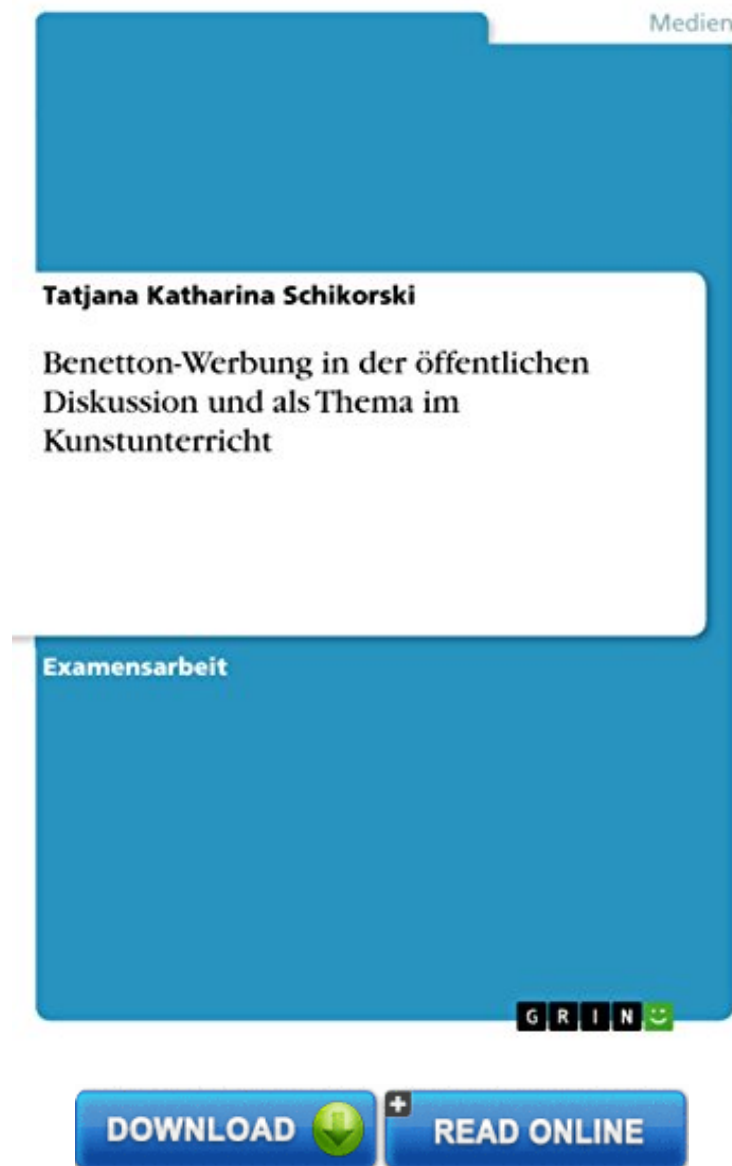


[Download ebook] Benetton-Werbung in der öffentlichen Diskussion und als Thema im Kunstunterricht (German Edition)

## Benetton-Werbung in der öffentlichen Diskussion und als Thema im Kunstunterricht (German Edition)

*Tatjana Katharina Schikorski*

*ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF*



#4257366 in eBooks 2013-03-14 2013-03-14 File Name: B00WG7L8KQ | File size: 79.Mb

**Tatjana Katharina Schikorski : Benetton-Werbung in der öffentlichen Diskussion und als Thema im Kunstunterricht (German Edition)** before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Benetton-Werbung in der öffentlichen Diskussion und als Thema im Kunstunterricht (German Edition):

Examensarbeit aus dem Jahr 2000 im Fachbereich Kunst - Kunstpädagogik, Note: 1,0, Universität der

Kunst, Fachdidaktik Kunst, Visuelle Medien), Veranstaltung: Erstes Staatsexamen, Prüfungsarbeit - Staatsexamensarbeit Fachdidaktik Kunst, Sprache: Deutsch, Abstract: Seit Ende der sechziger Jahre wurde der Kunstunterricht um den visuellen Bereich der Massenmedien erweitert. Der Einfluss der Werbung als ein immer mehr an Bedeutung gewinnender Teil massenmedialer Kommunikation wurde zum zentralen Gegenstand der didaktischen Überlegungen. Da das quantitative Vorkommen der bewegten und stehenden Bilder der Werbung in der Öffentlichkeit zunehmend das der als Kunst definierten Bildmotive übertraf, beschäftigten sich die Kunstdidaktiker zunehmend auch mit ihnen. Seit Beginn der siebziger Jahre gehörte das Thema Werbung zu einem festen Bestandteil des Unterrichtes. Während zahlreiche Aufsätze, Artikel und Bücher der Kunstdidaktiker sich in ihren fachtheoretischen und praxisorientierten Überlegungen seit dieser Zeit hauptsächlich auf die Thematisierung konventioneller Werbeformen im Unterricht bezogen, entwickelte sich die Werbung weiter. Die Benetton-Werbung stellt in diesem Zusammenhang nicht nur eine extreme Form dieser Entwicklung dar, sie wird vielfach auch als eine neue Form von Werbung beschrieben, die einen Bruch mit den alten Formen signalisiert. Bis dahin weitgehend unbekannte Strategien, wie der Wegfall des Produktes und der Werbebotschaft, die Assoziation des Markennamens mit negativen Eindrücken und das Schockieren durch das Übertreten gesellschaftlich festgesetzter ethischer und moralischer Normen, heben die Benetton-Werbung von den traditionellen Werbeformen ab. Die von dem Fotografen Oliviero Toscani für die Firma Benetton konzipierten Werbemotive erregten daher immer wieder großes Aufsehen in der Öffentlichkeit, die das Thema oftmals sehr kontrovers diskutierte. Nicht nur wegen ihrer gesellschaftlichen Brisanz, sondern vor allem aufgrund ihrer Andersartigkeit im Vergleich zu den mittlerweile ausgiebig im Unterricht besprochenen Werbeformen sollte die Benetton-Werbung bei den Überlegungen, wie mit der Werbung im Unterricht umgegangen werden kann, einbezogen werden.

Inhaltsverzeichnis (Kurzform)

1. Einleitung
2. Traditionelle Werbung
3. Traditionelle Werbung im Kunstunterricht
4. Benetton-Werbung
5. Benetton-Werbung: Kunst oder Werbung
6. Didaktische Konsequenzen: Benetton-Werbung im Kunstunterricht
7. Schlussbetrachtung
8. Literaturverzeichnis