SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Plakative Bildwirkung erzielen

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de

© Copyright school-scout.de / e-learning-academy AG – Urheberrechtshinweis
Alle Inhalte dieser Material-Vorschau sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei school-scout.de / e-learning-academy AG. Wer diese Vorschauseiten unerlaubt kopiert oder verbreitet, macht sich gem. §§ 106 ff UrhG strafbar.

Plakative Bildwirkung erzielen – Postergestaltung nach Richard Lindner und Henri de Toulouse-Lautrec

Georges Dupont, Köln

Alltägliche Gegenstände fanden in der Pop-Art Eingang in die Kunst. In der Schülerarbeit „Clothes-Peg" wurden Wäscheklammern integriert.

Menschen der Großstadt in grotesker Verfremdung gehören zu den Hauptthemen von Richard Lindner. Mit ihm lernen Ihre Schülerinnen und Schüler einen Künstler kennen, der – ohne sich selbst dazuzurechnen – ein stilprägender Maler und Grafiker der amerikanischen Pop-Art war und dessen Werk dennoch in starkem Maße von europäischer Tradition geprägt ist. Daneben wird der französische Maler und Grafiker Henri de Toulouse-Lautrec vorgestellt, der, ebenso wie Lindner, von der Welt des Zirkus, des Varietés und der nächtlichen Großstadt fasziniert war und den seine Plakatentwürfe weltberühmt machten.

In der praktischen Aufgabe entwickeln und bewerten die Lernenden Kompositionsformen und Farbwirkungen als Mittel der gezielten Bildaussage, indem sie in Anlehnung an Richard Lindner ein Plakat gestalten.

Klassenstufe: 11/12
Dauer: 10 Doppelstunden
Bereich: Grafik

Fachliche Hintergrundinformationen

Richard Lindner und die Pop-Art

Der Maler und Grafiker Richard Lindner war in den 60er-Jahren des letzten Jahrhunderts ein wichtiger Akteur in der Pop-Art-Szene von New York und hatte großen Einfluss auf andere Gestalter seiner Zeit. Dabei blieb seine Auffassung von Kunst eher europäisch und traditionellen Maltechniken verpflichtet. Obwohl er schon 1933 aus Deutschland emigriert war, betrachtete er die Vereinigten Staaten immer aus einer gewissen Distanz. Während viele Pop-Art-Künstler die Welt des Massenkonsums parodierten oder lakonisch und kommentarlos zur Schau stellten, sah Richard Lindner den modernen amerikanischen Lebensstil kritisch. Er konzentrierte sich auf den Menschen der Großstadt und zeigte ihn in grotesker Verfremdung, womit er in der Tradition der deutschen Maler Otto Dix und George Grosz stand.

Die Pop-Art brach in den 1950er- und 1960er-Jahren radikal mit der dominierenden Auffassung einer abstrakten Kunst und lenkte den Blick auf den westlich geprägten Alltag. Das Populäre wurde kunstwürdig. Es erstaunt nicht, dass viele Pop-Art-Künstler ihre Wurzeln im Bereich der kommerziellen Gebrauchsgrafik hatten. Sie nutzten industrielle Druckverfahren, übertrugen die Ästhetik riesiger Werbebanner auf Leinwand und überraschten mit der Darstellung bekannter Konsumartikel. Bevor ihre Arbeiten in Galerien gezeigt oder gar in einem Museum ausgestellt wurden, waren sie bereits in der Öffentlichkeit präsent. Die ersten Bilder von Robert Rauschenberg und Jasper Johns dekorierten Schaufenster von New Yorker Modehäusern, eines von Claes Oldenburgs ersten Objekten war witziger Höhepunkt eines Studentengags und Andy Warhol wurde mit Illustrationen in Zeitschriften bekannt. Auch Richard Lindners Bilder waren als Veröffentlichungen in Magazinen überaus publikumswirksam. Seine Ölgemälde und Grafiken erzielten durch ihre intensive und kontrastreiche Farbigkeit, durch einfache Formen und zusätzliche Schriftelemente eine starke plakative Wirkung und entsprachen damit ganz der Vorstellung einer populären lauten Reklamewelt.

Henri de Toulouse-Lautrec

Richard Lindner arbeitete nicht nur in New York, sondern auch in einem weiteren Atelier in Paris. Obwohl er sich nicht ausdrücklich dazu äußerte, scheint Lindner auch von der französischen Plakatkunst beeinflusst zu sein. Mit Henri de Toulouse-Lautrec, dem wichtigsten Gestalter von Plakaten der Belle Époque um 1900, verband ihn die Faszination für Glamour, die Halbwelt und den Zirkus. Genau wie dieser war Lindner sowohl Maler als auch Gebrauchsgrafiker, war Künstler und Gestalter für den Alltag. So ergeben sich viele Möglichkeiten, beide Künstler in einen Zusammenhang zu bringen.

Plakat/Poster

Bis heute ist das auf Papier gedruckte Plakat nicht von den digitalen Medien der Informationsvermittlung verdrängt worden. Nach wie vor werden Plakate an Litfaßsäulen, Bauzäune und große Werbeflächen geklebt. Während riesige Plakatwände beispielsweise Autofahrern Produkte des Massenkonsums anpreisen, werben Plakate im klassischen DIN-A0-Format eher für Konzerte und Ausstellungen. Auch wenn ihre Botschaft nur eine bestimmte Zielgruppe anvisiert, sind Plakate doch für jeden sichtbar. Niemand kann sich ihnen entziehen.

Schon von den Plakaten Toulouse-Lautrecs wurden mehr Exemplare gedruckt, als es der Auftrag erforderte. Ihr über den Gebrauchswert als Werbemittel hinausgehender künstlerischer Wert wurde bereits erkannt und eingeplant. Plakatkunst wurde auf Ausstellungen gezeigt und verkauft. Eine Renaissance als günstiges Kunstwerk erlebten Plakate in der Zeit der Pop-Art. Sie

hießen jetzt „Poster“ und wurden eigens für den Gebrauch als Wandschmuck in großen Auflagen gedruckt. Auch Grafiken von Richard Lindner wurden und werden bis heute als preiswerte Poster angeboten.

Hinweise zur Didaktik und Methodik

Intention und Vorkenntnisse

Die Schülerinnen und Schüler lernen mit Richard Lindner und Henri de Toulouse-Lautrec zwei Künstlerpersönlichkeiten kennen und beschreiben an exemplarischen malerischen und grafischen Arbeiten den wesentlichen sichtbaren Bildbestand, analysieren die Mittel der linearen, farbigen, flächenhaften und raumillusionären Gestaltung und erläutern deren Funktionen im Bild. Neben dieser rezeptiven Auseinandersetzung gestalten sie im produktiven Teil selbst ein Plakat/Poster, wobei sie sich von Richard Lindners Ästhetik leiten lassen.

Diese Hauptaufgabe setzt zeichnerische und malerische Grundkenntnisse voraus, wie sie aber in der Sekundarstufe eingeübt wurden: modellierendes Malen, Farbmodulation, bewusster Einsatz von Form- und Farbwirkungen.

Ablauf der Unterrichtseinheit

Richard Lindner und die Pop-Art

Als Einstieg erhalten die Schülerinnen und Schüler den Arbeitsauftrag, schriftlich eine **Dialogszene** (**M 3**) zum Ölgemälde *The Couple* (**M 1**) von Richard Lindner zu erfinden.

Die nächste Aufgabe in Form einer Tabelle (**M 4**) lenkt den Blick noch genauer auf Besonderheiten in der Ausstattung und Haltung des Werkes *The Couple* sowie der Darstellung eine weiteren Paares (*Partners*, **M 1**). Über den Künstler Richard Lindner und die Pop-Art informieren zwei Texte (**M 5**, **M 6**), wonach ein Kreuzworträtsel das Wissen zur Pop-Art auf spielerische Weise sichert (**M 7**).

Vorübungen

Die erste praktische Aufgabenstellung folgt der Intention der Pop-Art, Alltagsgegenstände in den Mittelpunkt des Interesses zu rücken und fordert zum Zeichnen einer Wäscheklammer auf. Schnellere Schülerinnen und Schüler können als Zusatzaufgabe eine Wäscheklammer in eine Landschaft- oder Stadtansicht einbetten (**M 8**).

Praktische Hauptaufgabe

Als Vorbereitung auf die Hauptaufgabe erhalten die Schülerinnen und Schüler Informationen über das Medium „Plakat“ sowie den französischen Maler und Grafiker Henri de Toulouse-Lautrec, der dieses zu künstlerischem Rang erhob (**M 9**). Im Vergleich mit einem Plakat von Jules Chéret, das aus der gleichen Zeit stammt und ein ähnliches Motiv aufweist, können die Besonderheiten von Toulouse-Lautrecs Gestaltung herausgearbeitet werden (**M 10**). In der praktischen Hauptaufgabe integrieren die Schülerinnen und Schüler eine Wäscheklammer in eine Menschendarstellung nach Richard Lindner und gestalten ein Poster/Plakat (**M 11**).

Präsentation

Beim Thema „Plakat“ bietet es sich geradezu an, das fertige Ergebnis der Öffentlichkeit zu zeigen und die Ergebnisse in der Schule zu präsentieren. Auch einer Vervielfältigung steht dank der heutigen Technik nichts im Wege: Digital fotografiert können die Plakate im Copyshop preiswert fotokopiert werden.

Verlaufsübersicht

Arbeitsschritte	Checkliste: Materialien, Vorbereitung
1. Dialogszene schreiben	M 1, OHP, M 3 (im Klassensatz kopiert) Zeitbedarf 45 min
2. Systematische Untersuchung	M 1, OHP, M 4 (im Klassensatz kopiert) Zeitbedarf 60 min
3. Informationsteil: Richard Lindner	M 5 (im Klassensatz kopiert) Zeitbedarf 30 min (evtl. Hausaufgabe)
4. Informationsteil: Pop-Art	M 6 und M 7 (jeweils im Klassensatz kopiert) Zeitbedarf 45 min
5. Vorübungen zur praktischen Aufgabenstellung	M 8, Zeichenpapier DIN A3, Bleistift, Wäscheklammern aus dem Haushalt Zeitbedarf 90 min
6. Informationsteil: Plakatkunst, Henri de Toulouse-Lautrec Bildvergleich	M 9 (im Klassensatz kopiert), M 2, OHP, M 10 Zeitbedarf 90 min
7. Hauptaufgabe	M 11, Mal- und Zeichenpapier (DIN A2, 200 g/m^2), Bleistift, Borsten- und Haarpinsel, Acryl- oder Temperafarben Zeitbedarf 5–7 Doppelstunden

Materialübersicht

M 1/M 2	(F)	Paardarstellungen bei Richard Lindner/ „Kunst der Straße“ – Plakate aus der Belle Époque
M 3	(Ab)	Worüber spricht das Paar? – Dialog zum Bild „The Couple“
M 4	(Ab)	Motive und Merkmale bei Richard Lindner – eine systematische Untersuchung
M 5	(Tx)	Richard Lindner – ein Hamburger in New York
M 6	(Tx)	Pop-Art – die moderne Lebenswirklichkeit wird kunsttauglich
M 7	(Ab)	Überprüfen Sie Ihr Wissen – Kreuzworträtsel zur Pop-Art
M 8	(Af/Z)	Zeichenübung zur Darstellung einer Wäscheklammer
M 9	(Tx)	Plakatkunst und Henri de Toulouse-Lautrec
M 10	(Af/Bd)	Werbeplakate für das Varieté „Moulin Rouge“
M 11	(Af)	Ein Plakat in Anlehnung an Richard Lindner – Entwurf und farbige Ausgestaltung

Ab: Arbeitsblatt – Af: Aufgabenstellung – Bd: bildliche Darstellung – F: Folie – Tx: Text – Z: Zusatz-/Zwischenaufgabe

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Plakative Bildwirkung erzielen

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de

© Copyright school-scout.de / e-learning-academy AG – Urheberrechtshinweis
Alle Inhalte dieser Material-Vorschau sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei school-scout.de / e-learning-academy AG. Wer diese Vorschauseiten unerlaubt kopiert oder verbreitet, macht sich gem. §§ 106 ff UrhG strafbar.