

## M5.1.7 Retusche in der Werbung

Besonders im Vorabendprogramm und zur Primetime sprechen die Fernsehsender mit ihrer Programmgestaltung eine jugendliche Zielgruppe an. Hier werden die Werbeblöcke so konzipiert, dass Schönheits- und Lifestyle-Ideale vorgeführt werden, die in den Sendungen selbst zunehmend thematisiert werden. Programmgestalter und Werber appellieren gemeinsam an die Eitelkeit ihrer jungen Zielgruppe. Dabei wird der Eindruck vermittelt, jeder könne eine Schönheit sein und ein Star werden, wenn er sich entsprechend inszeniert und die Tipps der Spezialisten befolgt. Dadurch wird ein verzerrtes und unrealistisches Selbstbild gefördert. Die technischen Tricks der Werber nicht nur zu kennen, sondern sie selbst zu erproben und zugleich die vermittelten Ideale zu hinterfragen, ist Ziel dieser Aufgabe.

### **Beschreibung:**

Aus einer inszenierten Fotografie wird ein Werbeplakat erstellt. Die Schüler werden in die Lage versetzt, eigene Fotos selbst so zu manipulieren, wie es die Werbeindustrie handhabt.

### **Organisationsform:**

Unterrichtsgespräch, Partnerarbeit

### **Ort:**

Klassenzimmer, Computerraum, evtl. auch zu Hause

### **Materialien:**

Fotokamera und USB-Kabel zum Übertragen der Daten

Computer mit Bildbearbeitungssoftware

**Infoblatt G10** mit zugehörigem Arbeitsblatt

**Infoblatt G1 Digitale Plakaterstellung**

### **Schritt für Schritt**

#### Schritt 1:

Zunächst werden im Unterrichtsgespräch Werbeplakate mit besonders idealisierten Abbildungen von Models analysiert und Fragen zu Wirklichkeit und Inszenierung und der resultierenden Problematik der Präsentation solcher Vorbilder besprochen (Infoblatt G10, eventuell kann auch das Arbeitsblatt zum Einsatz kommen). Dann wird ein Clip gezeigt, der die Tricks der Werbefotografie beschreibt.

#### **Linktipps:**

[Dove Evolution](#)

[Ein Fotograf erklärt wie Werbefotos digital verändert werden \(Englisch\)](#)

Außerdem können Abbildungen verglichen werden, die Schönheitsideale in anderen Kulturen dokumentieren, um zu zeigen, dass Schönheit relativ ist und sehr stark von medial erzeugten Idealen abhängig ist. Die Lehrkraft führt anschließend die nachfolgende Einheit ein. Nicht alle Jugendlichen werden sich von diesem Thema betroffen fühlen. Besonders Jungs könnten ablehnend reagieren. Ein humorvoller Zugang zum Thema kann Barrieren abbauen. Zur Ironisierung der Werbewirklichkeit könnten Persiflagen entstehen.

#### Schritt 2:

*(auch als Hausaufgabe möglich)*

In Partnerarbeit überlegen sich die Jugendlichen ein Produkt, für das sie werben möchten und fotografieren sich in entsprechender Pose gegenseitig vor einem **einfarbigem** Hintergrund.

#### Schritt 3:

Die Fotos werden dann im Bildbearbeitungsprogramm Gimp zu Werbeplakaten verarbeitet. Wenn die Fotos fertig bearbeitet sind können sie anschließend noch mit passenden Werbetexten versehen und Plakate daraus erstellt werden (Siehe auch **Infoblatt G1**).

Falls nicht so viel Zeit zur Verfügung steht, dass komplette Plakate erstellt werden können, kann die Bildbearbeitung auch als einfache Übung mit normalen Porträtfotos durchgeführt werden. In diesem Fall sollten 45 bis 60 Minuten ausreichen.