



Abb. 1) Verzerrung einer Bierwerbung; Abb.2) Verfremdung einer Bekleidungswerbung mittels Collage und Zerrbild (Weiterbildung mit Lehrerenden der Sekundarschule, LISA Halle)

## Copyart als Medienkritik

Massenmedien verkörpern eine Scheinwelt, die parallel zur Wirklichkeit existiert. Hier wird zwar in Nachrichten und Dokumentarfilmen die Realität dargestellt, dies geschieht aber stets nur in Ausschnitten und unter einer bestimmten Meinungsperspektive. Daher ist es wichtig, sich immer wieder zu vergegenwärtigen, dass Personen in Journalen, Zeitungen, im Fernsehen oder im Internet eigentlich nichts anderes sind als Mediengeister. Mit den einfachen Mitteln der Copyart kann diese schrille Geisterwelt im Bild in übertriebener Weise dargestellt werden.

Copyart entstand in den 1980er-Jahren. Bildende Künstler nutzten dabei erstmals Fotokopierer als Vervielfältigungsmittel, aber ebenso, um vorhandene Bilder aus Zeitschriften und Büchern zu manipulieren. Einer der bekanntesten Copyart-Künstler war Sigmar Polke (1941–2010). Er arbeitete erstmals systematisch mit Zufällen, die beim Kopiervorgang entstanden: Wahrscheinlich hat es jeder schon einmal erlebt, dass eine Vorlage beim Kopierprozess verrutscht und die entstandene Ablichtung deshalb verzerrt oder verschwommen wirkt. Solche kleinen Betriebsunfälle, die im Alltag eher stören, nutzte Sigmar Polke. Er legte ausgeschnittene Fotos aus der Tagespresse, Illustrationen aus Comics oder aus wissenschaftlichen Büchern in ein Kopiergerät und bewegte die Bilder während des Ablichtungsvorganges in leichter Wellenbewegung seitlich oder längs im Vorlageformat. Die entstandenen Zerrbilder dienten ihm zum Teil als Entwurf für seine großformatigen Gemälde, zum Teil stellte er sie aber auch wie Originalgrafiken aus oder veröffentlichte sie in seinen thematischen Künstlerbüchern.

Diese spezielle Kopiertechnik ist Anregung, Werbebilder aus Zeitschriften zu verfremden oder mit den Bildern von Stars und anderen öffentlichen Personen zu spielen. Bei Abbildung 1 wurde eine Bierwerbung beim Kopiervorgang lediglich mit dem Kopierlicht vertikal mitbewegt, sodass eine Streckung der Köpfe entstand. Diese deutet bereits den Rausch an. Bei Abbildung 2 wurde der Kopf der Bundeskanzlerin Angela Merkel beim Kopieren mit bewegt, sodass eine Dehnung des Kopfes entstand und die Kanzlerin so lange Haare erhält. Anschließend wurde der Kopf in eine Bekleidungswerbung eingeklebt. So kann man sehen, welche grandiose Wirkung eine Markenbekleidung auf den Träger hat – die gesamte Persönlichkeit wird verändert.

## Klassenstufe 9/10

### INTEGRALE SUBJEKTSCHWERPUNKTE

- kulturelles Subjekt

### TEILKOMPETENZEN

- Manipulative Aspekte von Werbebildern erkennen
- Unterschiedliche Formen der Bedeutungsherstellung von Werbebildern erkennen
- Werbebildern mittels Collage verfremden, dabei verdeckte Sinndimensionen verdeutlichen oder neue Sinnebenen erschließen
- Nutzung des Kopiergerätes als zufallsgeleitetes Bildverfahren
- Collage mit Medienmaterialien
- Kritische Diskussion von Medienbildern und eigenen Arbeitsergebnissen

### MATERIALIEN

- Zeitungen, Illustrierte mit Bildwerbung
- Schere, Cutter, Leim
- Kopiergerät

### ARBEITSZEIT 2 X 45 MINUTEN

### LITERATURHINWEISE

AUTOR: Text

© Autor/Fotos: J.Penzel



Abb. 2a) Hier wurde die Bildvorlage beim Kopieren seitlich mit dem Scanner gezogen, dadurch entsteht eine Zerrung in die Breite bzw. eine Doppelung

Copyart soll Lust bereiten, mit diesem einfachen Medium gestalterisch zu spielen. Der Zufall besitzt hier eine besondere Rolle als Mitgestalter. Dennoch ist darauf zu achten, dass bei der Auswahl des Materials und der Montage des Endbildes auch eine neue Aussage getroffen wird, die über das rein Zufällige hinausreicht. Abbildung 3 und 4 zeigen, dass mit den kopierten Materialien auch nach unterschiedlichen Bildlösungen gesucht werden kann. Jedes Zwischenergebnis lässt sich mit der Digitalkamera oder mit einem Handyfoto festhalten. In einem letzten Schritt wählt man den besten Entwurf aus und klebt das abschließende Bild zusammen.

**Praktische Anregungen**

- Sucht geeignetes Bildmaterial aus Journalen und Zeitungen.
- Schneidet das Bildmaterial aus und bewegt es unter dem Fotokopierer.
- Legt die einzelnen Elemente zu einer Collage zusammen; haltet die Zwischenergebnisse mit der Digitalkamera fest.
- Setzt den besten Entwurf als geklebte Collage um.
- Findet zu den entstandenen „Geisterbilder“ fantasievolle Titel.
- Präsentiert Eure Bilder und Entwürfe im Klassenplenum.



Abb. 2b) Hier wurde die Bildvorlage beim Kopieren längs mit dem Scanner gezogen, dadurch entsteht eine Zerrung in die Länge



Abb. 3) Variante einer fiktiven Parfümwerbung mittels Collage und Zerrbild (Arbeit Studiengang Kunstpädagogik 3. Sem.)



Abb. 4 a) Verzerrung einer Armbanduhr



Abb. 4 b) Dehnung und Spiegelung einer Figur mit Schutzmaske