

„So sind die TürkInnen, so sind die Deutschen“

Geeignet für: Reisen ins Ausland, TeamerInnenschulungen, Vorbereitungsseminare

Teilnehmende: mindestens 10, höchstens 25 Personen

Zeit: ca. 60 Minuten

Alter: ab 12 Jahren

Raumgestaltung: Ein Arbeitstisch pro Gruppe

Material:

- Reisekataloge, Zeitschriften und Illustrierte
- Stifte
- Klebestifte
- Wandzeitungspapier

Methode: Die Teilnehmenden erstellen aus Prospekten Reisewerbungen.

Anschließend wird die Darstellung des Landes durch die Brille der Zielbevölkerung gesehen.

Ziele:

- Die Teilnehmenden werden sich der eigenen „Kulturbrille“ bewusst.
- Die Teilnehmende erkennen, dass Werbebilder auch kulturelle Werte vermitteln.
- Die Teilnehmenden lernen, unterschwellige sexistische und rassistische Botschaften zu entschlüsseln

Ablauf:

Die Teilnehmende teilen sich in Gruppen von drei bis fünf Personen auf und setzt sich um einen Arbeitstisch. Sie sollen aus dem Werbematerial eine Collage als Werbung für eine Reise basteln. Wenn sie die Collage fertig erstellt haben, werden sie aufgefordert ihre Werbung mit den Augen eines Einheimischen zu betrachten. Welche Bilder und Fantasien kann die Werbung bei Einheimischen wecken? Wie wird er die Kultur der TouristInnen beurteilen? Findet er seine Kultur/sein Land in der Anzeige wieder? Wie werden Geschlechterrollen oder ethnische Minderheiten dargestellt? Die Ergebnisse werden in Stichpunkten auf Wandzeitungen notiert und im Plenum vorgestellt.