



Til Teknik- og Miljøudvalget

5. marts 2019

Definition på retouchering ifm. mærkningsordning på reklamer

Sagsnr.
2018-0280588

Teknik- og Miljøforvaltningen har udarbejdet følgende beskrivelse og afgrænsning af begrebet retouchering i forbindelse med indstillingen ”Muligheder for mærkning af retoucherede reklamer på kommunale reklameflader”.

Dokumentnr.
2018-0280588-1

Udgangspunkt

Intentionen bag mærkningen af reklamer, som det fremgår af medlemsforslaget, som Borgerrepræsentationen vedtog den 21. juni 2018, er at reducere den negative virkning af reklamers ofte idealiserede kropsfremstillinger. Dette foreslås gjort ved at mærke billeder, der bidrager til at fremme usunde og urealistiske kropsidealer. I forlængelse heraf er der brug for en konkretisering af, hvilke virkemidler der kræver mærkning med henblik på at kunne operationalisere forslaget.

Afgrænsning

Ethvert foto er et udsnit af virkeligheden og kan, allerede når det tages, påvirkes med filtre, belysning, beskæring og vinkling. Disse virkemidler er ikke omfattet af betegnelsen *retoucheret*.

Retouchering og kriterier for mærkning

Mærkning er obligatorisk ved forskønnende retouchering og billedbehandling, der vedrører:

- Krop eller ansigt og forandrer blivende kropskarakteristika
Det gælder fx (men ikke udelukkende) når muskelbygning, benlængde, bryster, skikkelse og ældningstegn redigeres i forskønnende retning.

Det kræver således mærkning, hvis personer gøres højere/lavere, tykkere/tyndere og mere eller mindre muskuløse, mens det ikke kræver mærkning, når billedbehandling bruges til fx at fjerne en bum, korrigere for røde øjne eller lysreflekser. Det er ligeledes i orden at sløre identitet af hensyn til GPDR-lovgivning, uden at mærke billedet.