

Standardisierte kompetenzorientierte schriftliche
Reifeprüfung/ Reife- und Diplomprüfung

19. September 2016

Deutsch

Kommentierung der Aufgaben

Hinweise zur Kommentierung der Aufgaben

Sehr geehrte Prüferin, sehr geehrter Prüfer!

Sie finden in diesem Heft Kommentierungen zu den Aufgabenstellungen der SR(D)P, die Sie bei der Beurteilung der Klausurarbeiten unterstützen sollen.

Beachten Sie, dass in der Kommentierung mögliche Realisierungen der jeweiligen Arbeitsaufträge – mit Schwerpunkt auf der inhaltlichen Dimension – formuliert wurden. Eine Kandidatin/ein Kandidat kann – je nach Aufgabenstellung – die Arbeitsaufträge auch dann sehr gut erfüllen, wenn sie/er nicht alle in der Kommentierung angeführten inhaltlichen Punkte anspricht, andere inhaltlich relevante Aspekte anführt oder andere Wege der Interpretation einschlägt.

Thema 1 / Aufgabe 1

Bei der Beurteilung der Klausurarbeiten ist zu beachten, dass in der Kommentierung mehr Aspekte genannt werden, als die Kandidatinnen und Kandidaten innerhalb der vorgegebenen Wortanzahl und der zur Verfügung stehenden Arbeitszeit berücksichtigen können.

Thema:	Journalistische Verantwortung
Aufgabentitel:	Karl Kraus: <i>Die letzten Tage der Menschheit</i>
Textsorte:	Textinterpretation
Wortanzahl:	540–660
Erläuterungen zum situativen Kontext:	kein von der Prüfungssituation abweichender Kontext
Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:	
Textfunktionen/Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	informieren, analysieren, argumentieren
Kernaussage(n)/wichtige Einzelaussagen der Textbeilage:	Zwei Kriegsberichterstatte besuchen ein Schlachtfeld und treffen auf einen tödlich verwundeten Soldaten. Er fleht sie an, ihm zu helfen, ihn zu einem Arzt oder ins Spital zu bringen. Die beiden sind jedoch nur daran interessiert, den Sterbenden dazu zu bringen, seine Empfindungen der letzten Stunden zu schildern und ein passendes Gesicht für ein Foto zu machen, um einen stimmungsvollen Bericht über den Heldentod an der Front abliefern zu können.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: zusammenfassen	<i>Siehe Kernaussagen.</i>

<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: untersuchen</p>	<p><u>Die Kriegsberichterstatter</u> besichtigen den Krieg als „Erlebnis im Feld“ (Z. 129), das es ihnen ermöglicht, ihre Karriere voranzutreiben, indem sie „die Stimmung“ (Z. 18) an der Front möglichst „authentisch mit Bildern“ (Z. 16) beschreiben. Sie zeigen keinerlei Mitgefühl: Statt dem Sterbenden zu helfen, drängen sie ihn, ein „verklärtes Gesicht“ (Z. 25) für ein gelungenes Foto zu machen, und wollen ihm Details zu seinen letzten Stunden in der Schlacht entlocken, um seinen „Heldentod“ (Z. 38) stimmungsvoll für die Leser/innen der Zeitung aufbereiten zu können.</p> <p>Sie bedrängen ihn, sie an seinem Sterben teilhaben zu lassen: „Was haben Sie empfunden, / was haben Sie sich gedacht, / wir brauchen die letzten Stunden, / wie war denn die Schlacht?“ (Z. 32–35), und belehren ihn, dass der Krieg eben Opfer fordert: „über Ihre zerschossene Brust / sag’ ich nur c’est la guerre“ (Z. 66–67). Es sei eine Ehre, für das Vaterland zu sterben, umso mehr, als der Sterbende nun auch von den Medien zum Helden erhoben wird („Ihr Bild wird erscheinen, / was wollen Sie mehr!“, Z. 87–88). Sie selbst allerdings berichten lieber aus sicherer Distanz über den Krieg. So verlassen die beiden nach dem Einschlag eines Blindgängers das Schlachtfeld und gehen „ins Pressequartier / vor dem Gegenstoß“ (Z. 116–117). Um Ausreden sind sie dabei nicht verlegen: Sie würden die Schlacht nicht aus Furcht meiden („Der [Gegenstoß] würde mich nicht / im geringsten tuschieren“, Z. 118–119), sondern das Licht sei zu schlecht, um zu „photographieren“ (Z. 121), und daher würde es sich nicht lohnen zu bleiben (vgl. Z. 126).</p> <p>Über <u>den Sterbenden</u> erfährt man fast nichts. Er hat eine Frau, die er im Todeskampf anruft: „Mein Weib – ach – ich – bitt – / das ist – eine Qual –“ (Z. 77–78). Er will den Heldentod, den die Kriegsberichterstatter ihm aufzwingen, nicht sterben („laßt mich doch nicht verbluten –“, Z. 53). Er fleht die Reporter um Hilfe an (vgl. Z. 44–59 und Z. 77–80), was diese entrüstet ablehnen, denn sie sehen ihre Aufgabe darin, über seinen Tod zu berichten, nicht ihn zu verhindern. Es ist nicht klar, ob er bei rechtzeitiger medizinischer Versorgung nicht hätte gerettet werden können.</p>
---	--

<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: erschließen</p>	<p>Die satirische Wirkung der Szene entsteht vor allem durch die Diskrepanz zwischen dem tragischen Sterben des Soldaten und der euphorischen Stimmung der Kriegsberichterstatte, die den Tod an der Front als höchste Ehre sehen und den tödlich Verwundeten beinahe zu seinem Heldentod beglückwünschen.</p> <p>Diese Diskrepanz wird durch den heiteren Tonfall der gereimten Rede (Kreuzreim) auf der Lautebene verstärkt. Dass diese Reime nicht immer rein sind (z. B.: Reiz – Kreuz, Z. 41 / 43) bzw. durch umgangssprachliche Ungenauigkeiten passend gemacht werden (z. B.: verstockter – Dokter, Z. 61 / 63), steigert die satirische Tendenz der Szene.</p> <p>Sogar der Sterbende spricht (meistens) in Reimen, die allerdings oft vom Reimschema des Kreuzreims abweichen (Z. 44–47: aaba, Z. 48–51: ccdc, Z. 52–55: ddad, Z. 56–59: efbf). Durch diese Unregelmäßigkeit sowie durch Wiederholungen und die mit Gedankenstrichen signalisierten Pausen wird das Beschwerliche und Stockende seiner Rede deutlich gemacht. Dennoch wirkt auch die Rede des Verwundeten satirisch, wenn er in seinem Todeskampf reimt: „Geschwinde – geschwinde – / seht, wie ich – mich – winde – / verbinde, Herr Doktor – / verbinde, verbinde!“ (Z. 44–47).</p> <p>Satirisch wirkt ebenso die Selbstüberschätzung der Berichterstatte im Kontrast zu ihrer Wahrnehmung des Sterbenden, der wirklich sein Leben geopfert hat: Sie sprechen vom „Mut, / diese Schlacht zu beschreiben“ (Z. 5–6), und machen sich selbst damit zu Helden, während sie dem Sterbenden erklären, dass der Bericht über seinen Heldentod für einen „Gemeinen“ wie ihn „eine Ehr“ sei (Z. 85–86). Sie dürfen für ihren Bericht von der Front auf das Eiserne Kreuz hoffen (vgl. Z. 42–43), während dem Sterbenden die Veröffentlichung seines Bildes in der Zeitung genug Auszeichnung sein muss (vgl. Z. 87–88). Dass die beiden Kriegsberichterstatte selbst nicht als Helden sterben wollen, zeigt auch ein Vergleich von Anfang und Ende der Szene. Während sie am Beginn der Szene davon sprechen, dass sie eine günstige Position für die Beobachtung der Schlacht haben, denn „hier [...] / kann noch etwas geschehn. / Der Punkt ist vom Feind / sehr gut eingesehn“ (Z. 7–10), so verlassen sie am Ende genau deshalb die Front: „hier [...] / kann noch was geschehn, / der Punkt ist vom Feind / zu gut eingesehn!“ (Z. 122–125).</p>
---	--

<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 4: deuten</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p>Das Interesse der Medien gilt nicht den Menschen, die im Krieg sterben, sondern der Inszenierung des Heldentodes. Dafür gehen die beiden Kriegsberichterstatter buchstäblich über Leichen: Sie verweigern dem Sterbenden nicht nur ihre Hilfe, sondern bedrängen ihn, ihnen Details für ihren Bericht zu liefern. So fordert der zweite Kriegsberichterstatter vom Sterbenden sogar im Augenblick des Todes das richtige Gesicht für seinen Bericht: „Ich brauch’ den Moment, / wo das Aug Ihnen bricht“ (Z. 26–27). An anderer Stelle bedauern sie, dass kein Priester zugegen ist, der sich für das Foto über den Helden beugen könnte, um einen schönen „Effekt“ (Z. 102) zu erzielen. An der Darstellung der Kriegsberichterstatter in dieser Szene wird die Sensationsgier und der Zynismus der Kriegsberichterstattung (im Ersten Weltkrieg) vorgeführt. Jegliche Empathie und Menschlichkeit sind verloren gegangen: Der Mensch ist nicht mehr als Material, das im Krieg verbraucht wird. Der Tod des Einzelnen wird „eine schöne Notiz“ (Z. 39) in der Zeitung, die dazu dient, Stimmung für den Krieg zu machen.</p>
---	--

Thema:	Journalistische Verantwortung
Aufgabentitel:	Was dürfen Bilder zeigen?
Textsorte:	Kommentar
Wortanzahl:	270–330
Erläuterungen zum situativen Kontext:	Situation: Kommentar für die Schülerzeitung zum Schwerpunkt <i>Journalistische Verantwortung</i> Adressatinnen und Adressaten: Leser/innen der Schülerzeitung
Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:	
Textfunktionen / Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	informieren, argumentieren
Kernaussage(n) / wichtige Einzelaussagen der Textbeilage:	<p>Anlässlich der Berichterstattung über einen Flugzeugabsturz über der Ukraine im Juli 2014 fand im Rahmen der Sendung <i>Medienclub</i> des Schweizer Fernsehens eine Diskussion zum Thema <i>Katastrophen und Kriege – was dürfen Bilder zeigen?</i> mit Vertreterinnen/Vertretern aus unterschiedlichen Medienbereichen statt. Ihre Positionen werden in der Ankündigung zusammengefasst:</p> <p>Stefan Regez, Chefredaktor der <i>Schweizer Illustrierten</i>, steht zur Veröffentlichung eines drastischen Bildes vom Absturzort. In Boulevardmedien sei der Umgang mit Bildern eben weniger distanziert.</p> <p>Christof Moser, Journalist bei der <i>Schweiz am Sonntag</i>, plädiert für den Einsatz von drastischeren Bildern in den Medien, da Informationen heute vornehmlich visuell vermittelt werden und auch in den Sozialen Medien eine Flut an Bildern und Informationen ungefiltert verbreitet wird.</p> <p>Reto Camenisch, Fotograf und Studienleiter für Redaktionelle Fotografie am MAZ, betont die Verantwortung der Fotografinnen und Fotografen; auch sie müssten die Bedingungen bedenken, unter denen das von ihnen produzierte Bild konsumiert wird.</p> <p>Dominic Nahr, Kriegsphotograf, hält es aufgrund der gefährlichen Bedingungen, unter denen Kriegsphotografinnen und -fotografen arbeiten, nicht für möglich, schon beim Fotografieren ethische Überlegungen zu berücksichtigen. Die Frage, ob ein Foto veröffentlicht werden soll, könnten und sollten sich Fotografinnen und Fotografen erst bei der Verarbeitung des Fotos stellen.</p>

	<p>Gregor Sonderegger, stellvertretender Nachrichtenchef des SRF, behauptet, sein Sender sei sehr zurückhaltend in Bezug auf die Veröffentlichung von drastischen Bildern. Die Wirkung der Bilder auf Angehörige und Zuseher/innen würde immer mitbedacht.</p> <p>Corine Turrini Flury, Social-Media-Nutzerin und Journalistin, lehnt die Veröffentlichung von schockierenden Bildern ohne Vorwarnung generell ab.</p>
<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: benennen</p>	<p>Es geht um die Frage, wie drastisch die Darstellung von Katastrophen und Kriegen in den Medien sein darf bzw. soll: Wo verläuft die Grenze zwischen Sensationsgier und Aufklärungspflicht der Medien? Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Wahrung der Menschenwürde?</p>
<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: bewerten</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><i>Gefordert ist eine Bewertung der Positionen der Diskussions- teilnehmer/innen, die Aufschluss über die eigene Haltung zum Umgang der Medien mit drastischen Bildern geben soll.</i></p> <p>Wenn die Kandidatin/der Kandidat zur Veröffentlichung von drastischen Bildern tendiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ positive Bewertung der Positionen der Vertreter der Boulevardmedien (<u>Regez</u>: steht zur Veröffentlichung von drastischen Bildern, so arbeiten Boulevardmedien eben; <u>Moser</u>: Schockbilder sind angesichts der Vorherrschaft des Visuellen in der Informationsvermittlung nötig, um Medien-Nutzer/innen zu erreichen) ■ Ablehnung der Positionen von <u>Sonderegger</u> und <u>Turrini Flury</u> ■ Die Positionen der Fotografen <u>Camenisch</u> und <u>Nahr</u>, die ihre Verantwortung auch im Hinblick auf die Veröffentlichung von Fotos betonen, wird sie/er eher kritisch bewerten bzw. ihre Aufgabe eher darin sehen, aufrüttelnde Bilder zu machen und diese den Redaktionen zur Verfügung zu stellen.

	<p>Wenn die Kandidatin/der Kandidat die Veröffentlichung von drastischen Bildern kritisch sieht:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ positive Bewertung der Positionen von <u>Sonderegger</u> und <u>Turrini Flury</u>. Sie/er wird zu einer der beiden Positionen tendieren (Sonderegger: Zurückhaltung im Hinblick auf die Angehörigen; Turrini Flury: generelle Ablehnung der Veröffentlichung von Bildern, die Opfer von Katastrophen und Gewalt zeigen). ■ Ablehnung der Positionen der Vertreter der Boulevardmedien (<u>Regez</u> und <u>Moser</u>) ■ Bei der Bewertung der Aussagen von <u>Camenisch</u> und <u>Nahr</u> wird sie/er das Verantwortungsgefühl der Fotografin/des Fotografen im Hinblick auf die Veröffentlichung betonen. <u>Nahrs</u> Einwand, dass er beim Akt des Fotografierens noch nicht an die Veröffentlichung denken kann, kann zugestimmt werden, die Entscheidung, ob das Foto veröffentlicht werden soll, muss dann aber bei der Bearbeitung getroffen werden. Die Kandidatin/der Kandidat kann diesen Einwand aber auch zurückweisen und die Verantwortung der Fotografin/des Fotografen schon beim Fotografieren selbst betonen.
<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: Stellung nehmen</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p>mögliche Argumente für die Veröffentlichung von drastischen Bildern:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Grausamkeit und Gewalt existieren in unserer Welt. Davon keine Bilder zu zeigen, hieße, diese Tatsache zu ignorieren und zu verdrängen. Ein Bild davon macht uns zumindest ihre Existenz bewusst. ■ Mediennutzer/innen sind den Umgang mit Bildern, die Gewalt und Grausamkeit darstellen, gewohnt, nur besonders drastische Bilder mit Symbolcharakter vermögen noch die Menschen aufzurütteln. ■ Die Aussagekraft eines Bildes ist um vieles höher als die eines Textes. Diese Kraft müssen sich Medien zunutze machen, um die Menschen zu erreichen und im Wettbewerb bestehen zu können. ■ Es gibt Bilder (z. B. aus dem Vietnamkrieg), die Grauenhaftes zeigen und genau deshalb ein gesellschaftliches oder politisches Umdenken (mit)bewirkt haben.

mögliche Argumente gegen die Veröffentlichung von drastischen Bildern:

- Der häufige Konsum von Gewaltdarstellungen führt zur Abstumpfung, demnach müssten die Darstellungen von Gewalt und Grausamkeit immer drastischer werden, um weiterhin etwas bewirken zu können. Wo liegt die Grenze?
- Die heutige Medienlandschaft ist so überschwemmt mit Bildmaterial, dass auch das drastischste Bild darin untergeht bzw. bald wieder vergessen wird. Daher stellt sich die Frage, ob solche Bilder tatsächlich etwas bewirken können oder ob es sich dabei nicht vielmehr nur um Strategien von Medien handelt, die ihre Auflage/Quoten erhöhen wollen.
- Wenn Informationen nur mehr über Bilder vermittelt werden, gehen Vorstellungskraft und Einfühlungsvermögen verloren. Mitgefühl kann eher erzeugt werden, wenn Menschen versuchen, sich in die Opfer hineinzudenken, anstatt sich schockierende Bilder anzusehen, die dann schnell wieder verdrängt werden.
- Jedes Opfer hat Angehörige, die solche Bilder sehen könnten und ihr Trauma noch einmal durchleben müssten.

Es können sich auch **Zwischenpositionen** ergeben, die Kandidatin/der Kandidat muss in diesem Fall eine Grenze definieren, z. B.:

- keine Bilder von (verstümmelten) Leichen
- keine Bilder von (toten) Kindern
- keine Bilder von Katastrophen, bei denen davon ausgegangen werden kann, dass es viele Angehörige gibt
- keine Nahaufnahmen
- bei sehr wichtigen Problemen sollen auch drastische Bilder gezeigt werden
- drastische Bilder nur dann, wenn es keine anderen Möglichkeiten gibt, auf ein Anliegen aufmerksam zu machen

Thema 2/Aufgabe 1

Thema:	Kleider machen Leute – Leute machen Kleider
Aufgabentitel:	Unsere Kleidung – ein faires Produkt?
Textsorte:	Meinungsrede
Wortanzahl:	540–660
Erläuterungen zum situativen Kontext:	Rede zum Thema <i>Unsere Kleidung – ein faires Produkt?</i> im Rahmen eines Redewettbewerbs Adressatinnen und Adressaten: Schüler/innen als Publikum beim Redewettbewerb
Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:	
Textfunktionen/Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	informieren, argumentieren, appellieren
Kernaussage(n)/wichtige Einzelaussagen der Textbeilage:	<p>Der Hintergrundbericht behandelt die Schwierigkeiten, auf die Konsumentinnen und Konsumenten stoßen, wenn sie nachhaltig hergestellte Kleidung kaufen wollen.</p> <p>Die Katastrophe in einer Textilfabrik in Bangladesch hat die Problematik der Produktion von Kleidung deutlich aufgezeigt, in Umfragen gibt ein Großteil der Befragten an, auf Kleidung Wert zu legen, die unter menschenwürdigen Bedingungen produziert wurde. Der Druck auf Textilfirmen steigt, weshalb einige große Konzerne Abkommen unterzeichnet haben, in denen sie sich verpflichten, sich für bessere Arbeitsbedingungen einzusetzen. Solche Absichtserklärungen sind allerdings oft nicht mehr als eine Werbestrategie, die das Image dieser Unternehmen verbessern soll, denn ohne die gesamte Lieferkette transparent zu machen, kann die Nachhaltigkeit der produzierten Kleidung nicht garantiert werden.</p> <p>Berndt Hinzmann von der Kampagne für Saubere Kleidung weist darauf hin, dass es sich um einen langfristigen Prozess handelt, wenn Firmen Nachhaltigkeit in allen Teilen der Lieferketten erreichen wollen, wie das beispielsweise bei Mitgliedern der Fair Wear Foundation der Fall ist.</p> <p>Käufer/innen müssen sich dieser Problematik bewusst sein und sollten nicht blind auf Werbekampagnen und Zertifikate vertrauen.</p>

<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: beschreiben</p>	<p>Der Text behandelt die Problematik, verlässliche Informationen zu den Bedingungen bei der Produktion von Kleidung zu erhalten. Folgende Schwierigkeiten werden genannt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Verkäufer/innen können Nachfragen zu Produktionsbedingungen oft nicht beantworten. ■ Es gibt zwar viele Nachhaltigkeitssiegel, diese finden sich aber selten auf Kleidungsstücken. ■ Nur wenige Unternehmen sind ernsthaft daran interessiert, die Bedingungen ihrer Textilproduktion transparent zu machen bzw. zu verbessern. Viele nutzen Nachhaltigkeitskampagnen in erster Linie zu Werbezwecken. ■ Teilweise ist es gar nicht möglich, an Informationen zu kommen, da die Unternehmen selbst nicht alle Teile ihrer Lieferkette kennen. ■ Bis ein Unternehmen tatsächlich die gesamte Lieferkette transparent machen kann, dauert es sehr lange.
<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: beurteilen</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p>positive Beurteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Die Produktionsbedingungen von Kleidung sind menschenverachtend und stehen in schärfstem Kontrast zur Wegwerfmentalität, die in der westlichen Welt in Bezug auf den Umgang mit Kleidung vorherrscht. Die Auseinandersetzung mit diesem Thema ist also von großer Bedeutung, Zertifikate und Kampagnen leisten einen Beitrag, um in der Öffentlichkeit das Problembewusstsein für diese Thematik zu schärfen. ■ Es ist wichtig, dass es Zertifikate und Kampagnen gibt, denn sie bieten Kundinnen und Kunden Orientierung, auch wenn (noch) nicht alle Teile der Lieferkette transparent gemacht werden können. ■ Die Existenz von Zertifikaten und Kampagnen allein setzt schon ein wichtiges Zeichen, denn sie zeigt den Konzernen, dass Nachhaltigkeit den Konsumentinnen und Konsumenten ein Anliegen ist. ■ Zertifikate müssen laufend verbessert werden (gesamte Lieferkette transparent machen), um verlässlichere Auskunft geben zu können. ■ Zertifikate und Kampagnen sind für Konzerne ein wichtiger Anreiz, verstärkt auf nachhaltige Produktionsbedingungen zu achten.

	<p>negative Beurteilung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Die Produktionsbedingungen von Kleidung sind zwar menschenverachtend, aber Zertifikate und Kampagnen sind (derzeit) nicht geeignet, um diese Bedingungen nachhaltig zu verändern. ■ Zertifikate täuschen die Kundinnen und Kunden, denn sie können Nachhaltigkeit nicht für die gesamte Produktion garantieren. ■ Zertifikate und Kampagnen dienen vor allem den Konzernen, die mit Nachhaltigkeit werben, ohne tatsächlich nachhaltig zu arbeiten. ■ Auch wenn Konsumentinnen und Konsumenten in Umfragen angeben, auf Nachhaltigkeit Wert zu legen, heißt das noch lange nicht, dass sie sich beim Kauf auch dementsprechend verhalten. Oft steht dann doch der Preis im Vordergrund der Kaufentscheidung.
<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: Vorschläge machen</p>	<p>Vorschläge:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Wenn viele Kundinnen und Kunden in Modegeschäften nachfragen bzw. auch nach Vorgesetzten/Filialleiter/innen verlangen, wird das Bewusstsein für diese Problematik geschärft. ■ Konsumentinnen und Konsumenten dürfen Siegeln und Kampagnen nicht blind vertrauen, sondern müssen diese kritisch hinterfragen und gegebenenfalls bei Organisationen/ Unternehmen nachfragen, wofür genau diese stehen. ■ Verantwortungsbewusster Konsum bedeutet immer, mehr Zeit (und Geld) zu investieren als einfach unreflektiert zu kaufen. Nur so ist es aber möglich, die Herstellungsbedingungen von Kleidung zu verbessern. ■ Konsumentinnen und Konsumenten haben die Möglichkeit, Unternehmen, die Nachhaltigkeit tatsächlich garantieren können (z. B., weil sie in Österreich produzieren), zu unterstützen, indem sie dort und nicht bei großen Modeketten kaufen. ■ Der Kauf von neu produzierter Kleidung kann reduziert werden, z. B. <ul style="list-style-type: none"> □ indem nur Kleidung gekauft wird, die wirklich benötigt wird (nicht aus Kauflust oder -zwang) □ durch Teilnahme bei/Veranstaltung von Kleidungs-tauschpartys □ durch Kauf von Secondhandkleidung □ indem Kleidung selbst genäht wird bzw. alte Kleidung durch kleinere Näharbeiten wieder „tragbar“ gemacht wird

<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 4: appellieren</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><i>Die Kandidatin/der Kandidat soll aus den Ergebnissen ihrer/seiner Bearbeitung der vorhergehenden Arbeitsaufträge Schlussfolgerungen ziehen, deutlich Position beziehen und in diesem Sinn an das Publikum appellieren, beispielsweise sich mit den problematischen Bedingungen bei der Kleidungsproduktion auseinandersetzen, seine Einkaufsgewohnheiten zu überdenken, Zertifikate und Kampagnen kritisch zu hinterfragen.</i></p>
--	--

Thema 2/Aufgabe 2

Thema:	Kleider machen Leute – Leute machen Kleider
Aufgabentitel:	Outfit versus Wissen?
Textsorte:	Kommentar
Wortanzahl:	270–330
Erläuterungen zum situativen Kontext:	Kommentar für die Schülerzeitung mit dem Schwerpunkt <i>Fit für den Job</i> Adressatinnen und Adressaten: Leser/innen der Schülerzeitung
Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:	
Textfunktionen/Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	informieren, argumentieren
Kernaussage(n)/wichtige Einzelaussagen der Textbeilage:	Der Autor beschreibt ein Experiment, das zeigt, dass man Personen, die als Expertinnen/Experten ausgegeben werden, alles glaubt, wenn sie nur gut angezogen sind und sich entsprechend verhalten. Ausgehend von diesem Experiment schließt der Autor, dass unsere Kleidung und unser Auftreten häufig wichtiger seien als tatsächlich Expertin/Experte auf einem Gebiet zu sein. Menschen, die inhaltlich überzeugen wollen, sollten daher umdenken, da sie mithilfe der beschriebenen Strategie vielleicht noch erfolgreicher agieren können.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: beschreiben	Einer Gruppe von Probanden wird ein Redner als „Dr. Fox“, eine Koryphäe auf dem Gebiet der Anwendung der Mathematik auf das menschliche Verhalten, vorgestellt. „Dr. Fox“ hält seinen Vortrag vor einem Publikum, das sowohl aus tatsächlichen Fachleuten als auch aus Laien besteht. Alle empfinden den Vortrag als interessant und lehrreich. Niemandem fällt auf, dass „Dr. Fox“ Widersprüchliches und Unsinniges referiert hat, sein wissenschaftlicher Lebenslauf frei erfunden wurde und er in Wirklichkeit Schauspieler ist.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: sich auseinandersetzen	Das Experiment soll zeigen, dass Kleidung, Sprache und Auftreten wichtiger sind als der Inhalt des Gesagten und damit auch Expertinnen und Experten getäuscht werden können. Der Autor überträgt die Erkenntnisse aus dem Experiment auf die Realität und geht davon aus, dass sich besonders auf der Ebene höherer Entscheidungsträger dieser Effekt häufig zeige. Grund dafür sei, dass man ab einer gewissen Hierarchieebene nicht mehr alles verstehe, was man entscheiden muss. Im Gegenteil: Es sei eine notwendige Fähigkeit einer Führungskraft, über Dinge zu beraten und zu entscheiden, von denen sie keine Ahnung hat. Als Beispiel führt der Autor Politiker/innen an.

	<p>mögliche Diskussionspunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Aussagekraft des Experiments: Es wird nur auf ein einzelnes, angeblich „berühmtes“ Experiment Bezug genommen – wir erfahren weder, wann und wo es stattgefunden hat und wie viele Probanden getestet wurden, noch, ob das Ergebnis durch weitere Experimente bestätigt wurde; die Repräsentativität ist daher fraglich. ■ Schlussfolgerung des Autors („Aussehen schlägt Wissen“): Auftreten und Vortragsstil spielen gewiss eine Rolle bei der Vermittlung von Wissen, aber dass jene wichtiger seien als fundierte Kenntnisse, ist eine weitreichende und fragwürdige Schlussfolgerung. In der Realität dürfte es nicht so einfach sein, mit „Verpackung“ über Inhaltsleere hinwegzutäuschen. ■ Die abschließende Aufforderung zur Umsetzung der Strategie des Blendens kann kritisch hinterfragt werden.
<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: Stellung nehmen</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><i>Die Kandidatin/der Kandidat soll ihre/seine Sicht auf das Verhältnis von angemessener Kleidung/überzeugendem Auftreten und Wissen/Können begründen. Neben einer klaren Positionierung in eine Richtung ist auch eine Zwischenposition möglich.</i></p> <p>entweder stärker in Richtung Dr.-Fox-Effekt: z. B. Hervorheben der Bedeutung von Aussehen, Auftreten: Wissen allein nützt nichts, wenn man es nicht wirksam präsentieren kann; im Beruf besonders bei Kundenkontakt wichtig – erster Eindruck oft entscheidend</p> <p>oder stärker in Richtung Verteidigung einer soliden Wissensbasis im Arbeitsleben: z. B. gegen ein Blenden durch Äußerlichkeiten: letztlich zählt bei der Bewältigung von Aufgaben doch das Wissen; Kleidung/Auftreten können manipulativ wirken – zu unkritischer Haltung führen; es liegt aber an uns, diese Spielregeln zu durchschauen</p> <p><i>Auch für eine ausgewogene Selbst-Präsentation kann argumentiert werden. Hier kann auch auf Beispiele aus verschiedenen Berufen zurückgegriffen werden, um Differenzierungen zu ermöglichen.</i></p>

Thema:	Mensch und Maschine
Aufgabentitel:	Der Mensch als „work in progress“
Textsorte:	Erörterung
Wortanzahl:	540–660
Erläuterungen zum situativen Kontext:	kein von der Prüfungssituation abweichender Kontext
Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:	
Textfunktionen/Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	informieren, argumentieren
Kernaussage(n)/wichtige Einzelaussagen der Textbeilage:	<p>Der Philosoph Stefan Lorenz Sorgner bewertet das Verschmelzen technischer Geräte mit dem Körper positiv. Ziel dieser Forschungsrichtung ist es, einen Organismus durch die Verschaltung mit digitalen oder mechanischen Maschinen zu optimieren (Cyber-Enhancement).</p> <p>Schon jetzt gibt es „Cyborgs“, die von technischen Geräten im Körper profitieren (Beispiel Herzschrittmacher).</p> <p>Die Entwicklung könnte in Richtung „Hirnschrittmacher“ bis hin zu „Mind-Uploading“ (Auslagerung von Gehirninhalten auf digitale Medien) gehen.</p> <p>Auch die ästhetische Sensibilität könnte damit verbessert werden.</p> <p>Sorgner sieht den Menschen als „work in progress“, den man optimieren kann, bis hin zu seiner Überwindung. Die Möglichkeit zu „morphologischer Freiheit“ ist für Sorgner ein Menschenrecht.</p> <p>Diese Entwicklung birgt zwar Gefahren, doch Sorgner ist optimistisch, dass die Weiterentwicklung des Menschen zum Posthumanen „auch eine moralische“ ist.</p>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mensch mit Herzschrittmacher (bereits verwirklicht) ■ Hirnschrittmacher: Implantate ersetzen Teile des Gehirns; diese können <ul style="list-style-type: none"> □ Ausfallserscheinungen kompensieren (Parkinson, Depressionen, Schlaganfall) □ Zugänge zu Wissen im Internet ermöglichen □ neues Wissen schnell verfügbar machen (Fremdsprachen) ■ Mind-Uploading: Auslagerung von Gehirninhalten auf digitale Trägermedien ■ Steigerung der ästhetischen Sensibilität, z. B. für Musik, durch Verschaltung mit Maschinen

<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: erschließen</p>	<p>Argumente Sorgners zugunsten einer Verschmelzung von Mensch und Technik:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Diese Verschmelzung gibt es bereits (z. B. Einsetzen von Herzschrittmachern) und hat sich bewährt (macht Leben „lebenswerter“, erweitert Lebensspanne). ■ Der Körper wird jetzt schon verändert (Schönheitsoperationen). ■ Neue Erfahrungsbereiche, neue Zugänge zur Welt (Fremdsprachen, Musik, Wissen im Netz) werden ermöglicht. ■ Physische Eingriffe bis hin zur Auflösung der Gattung erweitern die Potenziale des Menschen. ■ Der Mensch hat das Recht auf „morphologische Freiheit“. ■ Der Mensch entwickelt sich gleichzeitig moralisch weiter und wird daher auftretende Probleme (z. B. wachsende Sozialkluft, Würde, rechtliche Gleichachtung) bewältigen.
<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: diskutieren</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><i>Die Kandidatin/der Kandidat kann einen deutlich positiven oder negativen Standpunkt zur dargestellten Entwicklung einnehmen, aber auch eine Zwischenposition.</i></p> <p>Gefahren</p> <p>Einige Gefahren hat bereits der Interviewer mit seinen Fragen aufgezeigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Unterschiede zwischen Realität und Cyberspace verschwimmen ■ Anmaßung des Menschen (Übernahme der Rolle Gottes als Schöpfer des Menschen), Gefahr des Scheiterns (siehe Prometheus) ■ Identität, die eng mit der Wahrnehmung des eigenen Körpers verbunden ist, ginge verloren ■ Gefahr einer sozialen Spaltung der Gesellschaft <p>weitere mögliche Argumente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Abhängigkeit von Technik steigt, Risiko von Fehlentwicklungen, die nicht mehr rückgängig gemacht werden können ■ Verlust von Arbeitsplätzen, wenn Menschen durch Maschinen ersetzt werden ■ Abhängigkeit von großen Konzernen, die diese Dinge entwickeln, steigt ■ Gefahr der Überwachung (Fremde könnten ins eigene Denken eindringen) ■ Abgabe unserer Verantwortung, wenn Computer Teile unseres Denkens übernehmen

Chancen

- Verlängerung des Lebens
- Verbesserung der Gesundheit
- müheloser Wissenszuwachs
- Chance für Menschen mit geringeren intellektuellen und/oder körperlichen Fähigkeiten, ihre Defizite auszugleichen
- enorme Erweiterung der menschlichen Möglichkeiten und damit Beschleunigung einer Entwicklung, die uns schon seit langer Zeit Positives gebracht hat: mithilfe des wissenschaftlich-technischen Fortschritts unsere Grenzen überwinden
- Mit dem Fortschritt einhergehende Probleme hat die Menschheit bisher immer bewältigt (technischer Optimismus).

Thema:	Mensch und Maschine
Aufgabentitel:	Künstliche Intelligenz
Textsorte:	Zusammenfassung
Wortanzahl:	270–330
Erläuterungen zum situativen Kontext:	Zusammenfassung einer Kolumne für die Schüler/innen im Rahmen eines fächerübergreifenden Projekts zum Thema <i>Künstliche Intelligenz</i>
Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:	
Textfunktionen/Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	informieren
Kernaussage(n)/wichtige Einzelaussagen der Textbeilage:	Die Vision des Films <i>Her</i> , der eine enge emotionale Beziehung zwischen Mensch und Maschine beschreibt, ist von der Wirklichkeit nicht mehr weit entfernt: Große Konzerne arbeiten intensiv an der Erforschung künstlicher Intelligenz. Dabei gab es in letzter Zeit große Fortschritte, basierend auf „Deep Learning“. Mit diesem Konzept sollen Neuronenverbindungen des menschlichen Gehirns nachgebildet werden, um Maschinen lernfähig zu machen. Das hat bereits zu großen Fortschritten bei der Sprachsteuerung von Computern geführt. Die Interaktion mit Computern wird menschlicher. Der Deep-Learning-Forscher Geoffrey Hinton sieht eine „neue Ära der Maschinenintelligenz“ anbrechen.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: wiedergeben	<i>Künstliche Intelligenz (KI)</i> bedeutet, dass Maschinen in der Lage sind, selbstständig, über das Einprogrammierte hinaus, zu lernen und damit kreative Potenziale und Intuition zu entfalten. In den letzten Jahren gab es einen großen Sprung in der Entwicklung. Ein Zwischenziel, die alltägliche Steuerung von Computern über Sprache, ist fast erreicht. Eine „neue Ära“ könnte bevorstehen, vergleichbar mit der Erfindung der Dampfmaschine.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: beschreiben	<ul style="list-style-type: none"> ■ <i>Vicarious</i>: Nachbildung des Neocortex (zuständig für Sinneindrücke, Sprache, Mathematik) ■ Google: Geoffrey Hinton (Informatikprofessor und einer der „Väter“ der Deep-Learning-Forschung) forscht für das Unternehmen an Maschinen, die wie das menschliche Gehirn lernen ■ Apple: Sprachassistent <i>Siri</i> für iPhone funktioniert nur mangelhaft ■ Microsofts <i>Cortana</i>: digitaler Smartphone-Assistent für Windows Phone, profitiert schon deutlich von der Deep-Learning-Forschung und funktioniert besser als <i>Siri</i> (erinnert an Termine, die in E-Mails oder persönlichen Kontakten vermerkt sind; merkt sich Gewohnheiten und Interessen)

<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: erschließen</p>	<ul style="list-style-type: none">■ Ziel: „Maschinen klüger, kreativer, intuitiver zu machen“■ Strategie: Die Firmen kaufen einschlägige Start-ups auf, bauen eigene Abteilungen auf und holen die besten Wissenschaftler.■ Methode: Deep Learning – Algorithmus, der auf die gleiche Art wie das menschliche Gehirn lernt, indem er die Neuronenverbindungen des Gehirns simuliert; erfordert die Zusammenarbeit von Computer- und Neurowissenschaften
--	--