

Standardisierte kompetenzorientierte schriftliche  
Reifeprüfung/Reife- und Diplomprüfung/Berufsreifeprüfung

Haupttermin 2021

# 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 SRDP/BRP, 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:	Literatur – Kunst – Kultur
Aufgabentitel:	Werner Kofler: <i>Im Verbrauchermarkt</i>
Textsorte:	Textinterpretation
Wortanzahl:	540 – 660
Situation:	kein von der Prüfungssituation abweichender Kontext
Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	Argumentation, Deskription/Rekapitulation, Explikation
<b>Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:</b>	
Kernaussage(n) der Textbeilage(n):	Der Kunde eines Supermarkts wird nach Erledigung seines umfangreichen Einkaufs dadurch auffällig, dass er die soeben gekauften Nahrungsmittel sofort in Müllcontainern auf dem Parkplatz entsorgt. Gleich darauf füllt er seinen Einkaufswagen erneut, bezahlt und vernichtet die Waren, indem er volle Getränkeflaschen in den Altglascontainer befördert und Knabbergebäckpackungen vor dem Eingang zertritt. Die von Schauspielern beobachtete Aktion begleitet er mit Ausrufen wie „Cash, carry and destroy“. Vom Hausdetektiv verständigte Polizeibeamte nehmen den Mann, einen teilentmündigten ehemaligen Marketingfachmann, der sich als „Verbrauchsphilosoph“ bezeichnet, wegen Störung der öffentlichen Ordnung fest.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: wiedergeben	<i>Siehe Kernaussagen.</i>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: analysieren	<p><b>formale Gestaltung:</b></p> <p><u>grafische Hervorhebungen</u> (Kursivierungen): Dem „Verbrauchsphilosophen“ (Z. 41) bzw. „Handlungsphilosophen“ (Z. 43) entsprechen die kursivierten Verben „entleert“ (Z. 16), „vernichten“ (Z. 29), „verbrauche“ (Z. 36) sowie der Slogan „Cash and Carry [...] cash, carry and destroy“ (Z. 34), mit dem die bei der ersten Erwähnung ebenfalls kursivierten „Oetker Käse-Cracker und Oetker Gewürz-Cracker“ (Z. 4–5) vernichtet werden.</p> <p>Der <u>Ablauf der Handlung</u> wiederholt sich formal durch die beiden Absätze sowie inhaltlich (Einkauf – Kasse – sofortige Vernichtung der Waren) und wird gesteigert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Die Aggression und Lautstärke des Protagonisten steigert sich: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Beim ersten Einkauf ruft er „den Wagen schiebend“ noch „mehrmals Vorsicht!“, weil er die Produkte unbeschädigt zur Kasse bringen will (vgl. Z. 6–8).</li> </ul> </li> </ul>

- Er lässt die „Waren in den Mülltonnen verschwinden“ und vermischt sie mit den Abfällen (vgl. Z. 13–15).
- Dann „dringt er erneut in den Verbrauchermarkt ein“ (Z. 16–17).
- Nach dem Bezahlen werden die Getränkeflaschen „mit Schwung“ in den Altglascontainer geworfen und „verschwinden“ mit „einem lauten Knall“ (vgl. Z. 25–27).
- Die Packungen Knabbergeback zertritt er „mit krachenden Geräuschen“ vor den „Ein- und Ausgängen“ und begleitet seine Aktion mit lauten Ausrufen (vgl. Z. 27–35); die „Arbeit seiner Hände und Füße“ wird als „geschickt und energisch“ beschrieben (vgl. Z. 31–32).
- Auch die Reaktion der Zuseher steigert sich von „Erstaunen“ (Z. 11–12) über „Überraschung und laut geäußerte Empörung“ (Z. 17) bis zu Fragen, die an den Protagonisten gerichtet werden (vgl. Z. 35), und dem Einschalten der Polizei durch den Hausdetektiv (vgl. Z. 37–38).

berichtender Stil:

- **Eindruck von Objektivität** wird erweckt durch:
  - Zeit- und Ortsangabe („Am späten Nachmittag dieses 23.7. [...] in einem Verbrauchermarkt am Stadtrand“, Z. 1) sowie detaillierte Informationen zum Ablauf des Geschehens und zum Verhalten des Kunden (vgl. z. B. Z. 3–10).
  - Passivkonstruktionen und andere unpersönliche Formulierungen (z. B. „wird [...] ein seltsamer Kunde beobachtet“, Z. 1–2; „bleibt auch einem Hausdetektiv nicht verborgen“, Z. 37)
- Diese Sachlichkeit bzw. der berichtende Stil wird allerdings **unterwandert** durch:
  - Kontrast zur einfachen Syntax von Berichten – der Satzbau ist komplex, es überwiegen Hypotaxen; bisweilen umständliche bzw. komplizierte Konstruktionen (vgl. z. B. Z. 31–35), auch durch Parenthesen (vgl. Z. 18, 28–29) und die unmarkierte Redewiedergabe (vgl. z. B. Z. 6, 35–36),
  - Verwendung des Präsens statt des bei Berichten üblichen Präteritums. Das Präsens erweckt den Eindruck der Unmittelbarkeit (z. B. „unter Zuhilfenahme eines Stockes, den er plötzlich in der Hand hat“, Z. 14) und erzeugt Spannung.
  - die Uneindeutigkeit der Redesituation, z. B.: „zur Überraschung und laut geäußerten Empörung der Zuseher, aber können sie denn einschreiten?, der Kunde hat die Waren bezahlt und macht auch sonst keinen verwirrten oder heruntergekommenen Eindruck“ (Z. 17–19) – die Grenzen zwischen Erzähler- und Figurenrede verschwimmen, es kann nicht bestimmt werden, ob es sich um

erlebte, direkte oder indirekte Rede der Zuseher oder um Erzählerkommentare handelt; „*Cash and Carry*, ruft er, *cash, carry and destroy*, Sie sehen – einfach und schnell – *cash, carry and destroy!*“ (Z. 34–35) – ebenso verschwimmen die Grenzen zwischen Leseradressierung und Figurenadressierung, da unklar bleibt, auf wen sich „Sie sehen“ bezieht,

– die Kommentare des Erzählers, z. B.:

- „Oetker Käse-Cracker und Oetker Gewürz-Cracker, für die eine Vorliebe zu bestehen scheint“ (Z. 21–22) – auffällig ist, dass der Erzähler Vermutungen anstellt und sich hinter einer unpersönlichen Formulierung „versteckt“,
- Vergleiche, die der Erzähler anstellt, um das Verhalten des Protagonisten zu veranschaulichen: „als bekomme er alles geschenkt“ (Z. 5–6), „Ausrufe, die von ferne an einen Marktschreier denken lassen, der ein neues Küchengerät oder ein neues Spiel vorführt“ (Z. 32–34),

– die wertende Wortwahl des Erzählers:

- „entladen, *entleert*“ (Z. 16) „dringt [...] ein“ (Z. 16–17) – auffällig ist hier auch das Wortspiel mit der Mehrdeutigkeit von „entladen“ (Z. 16) (auch im Hinblick auf Bedürfnisbefriedigung): Gleich danach „dringt“ der Kunde wieder in den Markt „ein“.
- Ironie: „sogenannte Lebensmittel“ (Z. 27).

Die Erzählperspektive kann nicht eindeutig bestimmt werden: Der Erzähler weist zwar auktoriale Züge auf – so scheint er Informationen über das weitere Geschehen zu haben (z. B. „Zunächst unterscheidet sich der Mann kaum von anderen Kunden“, Z. 2–3) und er kommentiert das Geschehen (*siehe Kommentare und wertende Wortwahl*). Er erweckt allerdings auch den Eindruck, als berichte er – ähnlich einem Augenzeugen (vgl. Titel des Abschnitts: *Irre, Augenzeugen. Eine Chronik*) – von seinen gegenwärtigen Beobachtungen (*siehe auch Verwendung des Präsens*), und er scheint keinen Einblick in das Innenleben der Figuren zu haben.

**sprachliche Gestaltung:**

Wortwahl:

■ **Sprache der Werbe- und Konsumwelt:**

- Produkt- und Markennamen (*siehe auch Alliterationen und Assonanzen*), z. B.: „Tiefkühlkost, Dosengetränken und Knabbergebäck“ (Z. 3–4), „Oetker Käse-Cracker“ (z. B. Z. 4–5), „Cola“ (Z. 20), „Chips“ (Z. 21)
- Slogan: „*Cash and Carry*“ (Z. 34)
- Wortfeld *Supermarkt*, z. B.: „Kunde“ (z. B. Z. 2), „Einkaufswagen“ (z. B. Z. 3), „Produkte“ (Z. 7, 15), „Kasse“ (Z. 8), „Waren“ (Z. 13, 18, 23), „Güter“ (Z. 29)

- „Marktschreier“ (Z. 33), „Marketingfachmann“ (Z. 40)
- *siehe auch rhetorische Mittel/Wiederholung und Variation*
- Im Kontrast dazu steht das **Vokabular der Vernichtung** (*siehe auch Abschnitt* Ablauf der Handlung): „Müllcontainer“ (Z. 11), „in den Mülltonnen verschwinden lassen“ (Z. 13), „mit den Abfällen vermischen“ (Z. 15), „wirft [...] in den Behälter“ (Z. 25–26), „auf den Asphalt fallen lassen“ (Z. 29–30), „vernichten“ (Z. 29), „mit krachenden Geräuschen zertreten“ (Z. 31), „destroy“ (Z. 34, 35); es erinnert teilweise an Kriegsvokabular: „manövrieren“ (Z. 8), „unversehrt“ (Z. 15, 25), „eindringen“ (Z. 16–17), „Aufstellung nehmen“ (Z. 27–28).
- zahlreiche **Attribute** zur anschaulichen Darstellung:
  - des Protagonisten, z. B.: „seltsamer Kunde“ (Z. 2), „der merkwürdige Kunde“ (Z. 36), „teilentmündigter ehemaliger Marketingfachmann allerersten Ranges“ (Z. 40–41)
  - seiner Aktionen: „mit einem lauten Knall“ (Z. 26), „geschickte und energische Arbeit seiner Hände und Füße“ (Z. 31–32)
  - der Reaktionen der Zuseher: „grenzenloses Erstaunen“ (Z. 11–12), „laut geäußerte Empörung“ (Z. 17)

Satzbau: *siehe Abschnitt* berichtender Stil

rhetorische Mittel:

- **Antithese** als Ausdruck des zentralen Gegensatzes des Textes: „beladen“ (Z. 5), „vollgeladen“ (Z. 24) vs. „entladen, entleert“ (Z. 16)
- zentrales **Paradoxon** des Textes: „unversehrte“ (Z. 15, 25) Produkte werden nicht im eigentlichen Sinn verbraucht, sondern sofort nach dem Kauf vernichtet bzw. verbraucht, indem sie vernichtet werden
- **Aufzählung** der Waren, die der Protagonist kauft und zerstört, z. B.: „Tiefkühlkost, Dosengetränken und Knabbergebäck“ (Z. 3–4), „große Mengen Chips, Oetker Käse-Cracker und Oetker Gewürz-Cracker“ (Z. 21–22), „Chips, Oetker Gewürz- wie auch Oetker Käse-Cracker“ (Z. 30)
- **Alliterationen und Assonanzen**, z. B.: „Oetker Gewürz- wie auch Oetker Käse-Cracker [...] mit krachenden Geräuschen“ (Z. 30–31), „Cash and Carry“ (Z. 34) – Anspielung auf Slogans und Klang der Werbesprache; auffällig sind hier die harten Konsonanten, die Aggressivität vermitteln
- **Wiederholung und Variation** von Schlüsselbegriffen: „Verbrauchermarkt“ (Titel, Z. 1, 16–17), „verbrauchen“ (Z. 36), „Verbrauchsphilosoph“ (Z. 41); „Oetker Käse-Cracker und Oetker Gewürz-Cracker“ bzw. „Oetker Gewürz- wie auch Oetker Käse-Cracker“ (Z. 4–5, 21–22, 30); „beladen“ (Z. 5), „verladen“ (Z. 10), „entladen“ (Z. 16), „vollgeladen“ (Z. 24);

	<p>„Cash and Carry [...] cash, carry and destroy [...] cash, carry and destroy!“ (Z. 34–35) – Betonung der zentralen Botschaft des Philosophen: Verbrauchen heißt vernichten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Neologismus</b> für die erfundene Berufsbezeichnung: „Verbrauchsphilosoph“ (Z. 41)</li> <li>■ <b>Ironie, Vergleiche und Wortspiel</b> (siehe Abschnitt berichtender Stil)</li> </ul>
<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: deuten</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><b>mögliche Deutungsansätze:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Die Tat des Philosophen, der ultimative Verbrauch, besteht in der Zerstörung der gekauften Produkte nach dem Motto „cash, carry and destroy“, der Protagonist stellt so die „Verrücktheit“ der Konsumgesellschaft dar.</li> <li>■ Der Protagonist ist ein „ehemaliger Marketingfachmann allerersten Ranges“, der die Mechanismen der Wirtschaft durchschaut hat und sie nun als (verrückter?) „Verbrauchsphilosoph“ „im Verbrauchermarkt“ vor Publikum entlarvt.</li> <li>■ Werbung und Wirtschaft erzeugen Bedürfnisse, die sie zu erfüllen versprechen, haben aber tatsächlich nur schnellen und sich ständig wiederholenden Konsum zum Ziel. Im Text wird dieser Konsumkreislauf ad absurdum geführt: Indem dem Kauf nicht der „Verbrauch“, sondern die unmittelbare Vernichtung der Waren folgt, kann der Konsumakt sofort wiederholt werden. Es kommt zu keiner Konsumation, der Kauf wird zum Selbstzweck bzw. besteht die Bedürfnisbefriedigung im Kauf, die Konsumation des Gekauften wird überflüssig.</li> <li>■ Der Protagonist vernichtet „sogenannte Lebensmittel“, es handelt sich dabei offenbar um minderwertige Nahrungsmittel wie Knabbergebäck oder Tiefkühlkost, die Getränke werden in umweltschädlichen Einwegverpackungen gekauft; eine Marke, die vor allem Fertigprodukte herstellt, wird wiederholt explizit genannt und auch kursiv hervorgehoben, auf eine andere Marke durch die Nennung des Produktnamens „Cola“ verwiesen (die Marke <i>Coca-Cola</i> als Lifestyleprodukt/Paradebeispiel des Konsumkapitalismus).</li> <li>■ Der Protagonist übt durch sein Verhalten Kritik an der spezifischen Vertriebsform „Großmarkt“ im Gegensatz zum Greißler, der die Kundschaft bedient (z. B. der Slogan „Cash and Carry“ als Bezeichnung für diese Art des Vertriebs; „Großpackungen“ (Z. 4) bzw. „große Mengen“ (Z. 21), die der Kunde kauft und zerstört).</li> <li>■ Der Protagonist ist ein Wiederholungstäter: Er hat bereits „Fernsehapparate und Videoanlagen“, also Produkte der Unterhaltungsindustrie, „unmittelbar nach dem Kauf zerstört“; die Kritik des „Handlungsphilosophen“ richtet sich also auch gegen den Konsum von Massenmedien (vgl. Z. 41–43).</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Im Hinblick auf den Titel des Abschnitts stellt sich die Frage, wer der „Irre“/die „Irren“ in diesem Text ist/sind: Der „Philosoph der Tat“ (Z. 42–43), der die Verbrauchslogik der Konsumgesellschaft buchstäblich befolgt; die sich letztlich über ihr eigenes Verhalten empörenden Zuseher/innen; Konsumgesellschaft und Werbung, die ein solches Konsumverhalten fördern oder sogar erzeugen; Konsumentinnen und Konsumenten, die sich diesen Mechanismen unterwerfen; Medien bzw. „Augenzeugen“, die über die Handlungen eines „Irren“ berichten, ohne nach seinen Motiven zu fragen ...</li> <li>■ ...</li> </ul>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 4: begründen	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><b>mögliche Begründungen:</b></p> <p>Die Kritik des Textes ist sehr aktuell, die „Verrücktheit“ der heutigen Konsumgesellschaft ist etwa an folgenden Aspekten ersichtlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <u>Wegwerfmentalität</u> der Konsumgesellschaft: z. B. Überproduktion/Vernichtung von Lebensmitteln; Angebot bzw. Drang, ständig neue Modelle zu kaufen, neuen Trends zu folgen; „Nicht-Reparierbarkeit“ vieler Geräte, Vorwurf der geplanten Obsoleszenz; Modezyklen, Billigkleidung ...</li> <li>■ <u>Konsum als Zerstörung</u>: Umweltschäden sowie Ausbeutung von Menschen und Ressourcen in Warenproduktion, -transport, -vertrieb und -entsorgung; Bedrohung regionaler und nationaler Märkte durch Globalisierung, ansässige Unternehmen vs. multinationale Konzerne ...</li> <li>■ Grenze zwischen „normalem“ und „verrücktem“ <u>Konsumverhalten</u> verschwimmt oft: Konsum als Belohnung oder Freizeitbeschäftigung, Bedeutung von Konsum für soziales Ansehen, Verschuldung für Konsum, Kaufsucht, Beeinflussbarkeit durch Werbung und Marketing ...</li> <li>■ Verantwortung der <u>Werbebranche</u>: Erzeugung von Bedürfnissen, deren Erfüllung durch Konsum versprochen wird</li> <li>■ Gerade in Zeiten des <u>Online-Shoppings</u> ist das Vernichten von Retouren aktueller denn je.</li> <li>■ Erfahrung der <u>Einschränkungen im Konsum</u> durch Corona-Pandemie hat manche dazu bewogen, ihr Konsumverhalten zu überdenken</li> <li>■ ...</li> </ul>



## Thema 1 / Aufgabe 2

<b>Thema:</b>	<b>Literatur – Kunst – Kultur</b>
<b>Aufgabentitel:</b>	<b>Frida Kahlo</b>
<b>Textsorte:</b>	Zusammenfassung
<b>Wortanzahl:</b>	270–330
<b>Situation:</b>	<u>Anlass:</u> Zusammenfassung für ein Projekt über Malerinnen des 20. Jahrhunderts <u>Rolle:</u> Schüler/in bzw. Kursteilnehmer/in <u>Adressatinnen und Adressaten:</u> Mitschüler/innen bzw. Kurskolleginnen und -kollegen
<b>Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:</b>	Deskription/Rekapitulation
<b>Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:</b>	
<b>Kernaussage(n) der Textbeilage(n):</b>	Der Text beschäftigt sich mit der mexikanischen Künstlerin Frida Kahlo als Teil der heutigen Populärkultur. Wesentliche Aspekte ihrer Biografie und ihres Werkes sowie die heutige Vermarktung und Rezeption der Künstlerin stehen im Fokus des Textes, der den Gründen für die Popularität der Künstlerin nachgeht.
<b>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: zusammenfassen</b>	<p><b>Leben:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ geboren 1907 in Mexiko</li> <li>■ Mutter Mexikanerin, Vater Emigrant aus Deutschland</li> <li>■ Kinderlähmung und Busunfall mit schwerwiegenden Folgen: zahlreiche Operationen, bleibende körperliche Einschränkungen, Fehlgeburten</li> <li>■ gestorben 1954 in Mexiko</li> </ul> <p><b>Kunst:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Selbstdarstellungen als Erweiterung ihrer Kunst: Kahlo hat die Kunstfigur <i>Frida</i> erschaffen</li> <li>■ Selbstbewusstsein in der Selbstpräsentation (mit allen körperlichen Gebrechen und Makeln)</li> <li>■ Hinterfragen der eigenen Identität in der Selbstdarstellung</li> <li>■ Auseinandersetzung mit Land und Kultur der Mutter, weniger mit den Wurzeln des Vaters</li> <li>■ Einsatz von Stilelementen und Trachten aus der aztekischen bzw. mexikanischen Kultur, auch als Auseinandersetzung mit dem Einfluss matriarchaler Gesellschaften</li> </ul>
<b>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: beschreiben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Thematisierung und Darstellung ihres Lebens und Werkes durch Publikationen, Spielfilm, Ausstellungen</li> <li>■ Vermarktung ihres Namens und ihres Bildes in Form von Notizheften, Handy-Hüllen, Schmuckkissen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Streit um „Shero“-Barbie-Puppe, die Frida Kahlo darstellt: Vorwurf, dass Kahlo, die sich für die Selbstermächtigung der Frau stark gemacht hat, zu einer Puppe, die einem sexistischen Frauenbild entspricht, gemacht wurde</li><li>■ künstlerische Nachahmungen (Comic-Biografie, Beyoncé)</li><li>■ Kahlos Familie betreibt Instagram-Account, dem mehr als 800.000 Menschen folgen</li></ul>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: wiedergeben	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Symbolfigur für weibliche Selbstermächtigung</li><li>■ Einzigartigkeit und dadurch Wiedererkennbarkeit (aber auch Gefahr der stereotypen Darstellung, die der vielschichtigen Künstlerin nicht gerecht wird)</li><li>■ hat persönliche Freiheit gelebt, auch wenn sie damit gegen gesellschaftliche Normen verstoßen hat (Affären mit Männern und Frauen, komplizierte Beziehungen, Bruch mit Kleidungs- und Stilkonventionen, Umgang mit Geschlechterrollen)</li><li>■ „Selfie-Queen“: Vorreiterin von Social-Media-Nutzerinnen und -Nutzern, die ihre Körper mit all ihren Makeln präsentieren</li></ul>

## Thema 2/Aufgabe 1

Thema:	Medien
Aufgabentitel:	Verzicht auf News?
Textsorte:	Erörterung
Wortanzahl:	540–660
Situation:	kein von der Prüfungssituation abweichender Kontext
Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	Argumentation, Deskription/Rekapitulation
<b>Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:</b>	
Kernaussage(n) der Textbeilage(n):	Rolf Dobelli berichtet über seinen Wandel von einem „News-Junkie“ zu einem News-Verweigerer und begründet diesen Wandel mit einer Reihe von Argumenten. Er warnt vor zukünftigen Entwicklungen (News nehmen exponentiell zu, werden immer stärker auf die Interessen der/des Einzelnen zugeschnitten und lösen sich zunehmend von der Wahrheit) und appelliert an die Leser/innen, auf News zu verzichten und sich stattdessen fundierten Hintergrundartikeln, ausführlichen Analysen und Büchern zuzuwenden.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: <b>beschreiben</b>	<p><b>Rolf Dobelli</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ bezeichnet sich als ehemaligen „News-Junkie“, der wahllos und zwanghaft News konsumierte, einen Großteil seiner Zeit damit verschwendete und davon krank wurde;</li> <li>■ machte eine „Detox-Kur“, indem er sich von allen Onlineportalen abmeldete, „News-Webseiten im Handy“ löschte und sowohl auf Radio und Fernsehen als auch auf Tageszeitungen verzichtete;</li> <li>■ konzentriert sich seither bei der Medienauswahl auf seine zwei „Kompetenzkreise“: Familie und Beruf.</li> </ul>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: <b>diskutieren</b>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><i>Die Kandidatinnen und Kandidaten sollen sich mit Dobellis Appell, auf News zu verzichten, auseinandersetzen und zu einer Schlussfolgerung kommen, die zustimmend, ablehnend oder vermittelnd sein kann.</i></p> <p><b>Dobellis Argumente</b> für die Forderung, auf Konsum von News zu verzichten:</p> <p>Konsum von News</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ist Form von Sucht, macht krank, verursacht chronischen Stress, ist damit lebensverkürzend</li> <li>■ ist Zeitverschwendung, trägt nichts zum Verständnis der Welt bei</li> </ul>

- verzerrt Wahrnehmung: Überschätzung greller, kurzfristiger Events, Unterschätzung schwer vermittelbarer, komplexer Entwicklungen; bad news is good news
- verhindert tiefere Auseinandersetzung mit relevanten Themen
- liefert zu viele Meinungen, zu wenig Fakten
- ist demokratieschädlich (Anteil an Fake-News steigt)

**mögliche Argumente für eine zustimmende Position:**

*Die Kandidatinnen und Kandidaten können die Argumente Dobellis durch Beispiele illustrieren, durch Erfahrungen/Beobachtungen untermauern, durch weitere Argumente ergänzen.*

**mögliche Argumente für eine ablehnende Position:**

- Dobelli übertreibt die Gefahren: „gefährlicher als Alkohol“?
- Dobelli unterschätzt den Informationsgehalt von News (z. B. wird Klimawandel häufig thematisiert).
- Das Vorkommen von Falsch- und Fehlinformationen hängt nicht von der Länge einer Nachricht oder dem Medium ab; auch in Büchern können Fakes vorkommen, die dann vielleicht umso wirksamer sind.
- Was relevant ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab (Beispiel im Text: IS, Terrorismus: Überschätzung der Relevanz?).
- Komplexitätsreduktion ist angesichts einer immer komplexer werdenden Welt notwendig.
- Zeit für Lektüre von Büchern bzw. umfangreichen Artikeln fehlt.
- News bieten ein niederschwelliges Angebot für Menschen, die kaum Bücher oder lange Artikel lesen, sich aber trotzdem informieren wollen.
- Nachrichten werden nicht ausschließlich zur Entscheidungsfindung konsumiert, das Bedürfnis nach Unterhaltung und Entspannung ist legitim.
- Eine Konzentration auf nur zwei „Kompetenzkreise“ verengt den Blickwinkel.
- Auch Qualitätsmedien können ohne News kaum überleben.
- Würde die Mehrheit der Menschen keine News mehr konsumieren, wäre der Journalismus insgesamt in Gefahr.
- ...

<p>Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: Vorschläge machen</p>	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><b>mögliche Vorschläge:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ selbst auferlegte Einschränkung der Zeit, die individuell für den Konsum von Nachrichten aufgewendet wird</li><li>■ Entscheidung für eine Auswahl an Kanälen bzw. Medien, über die News konsumiert werden, etwa ausschließlich Radio- und Fernsehnachrichten</li><li>■ gezielte Auswahl der Quellen, von denen man Nachrichten erhält; qualitative Anforderungen an ein Medium</li><li>■ Reduktion von Kurznachrichtendiensten wie Twitter oder Push-Nachrichten zugunsten besser differenzierender Formate</li><li>■ keine personalisierten Nachrichten konsumieren</li><li>■ vor allem Printmedien nutzen</li><li>■ gezielte Auswahl an Themen, über die man sich informiert (vgl. „Kompetenzkreise“)</li><li>■ Kommunikation mit Freunden oder Familie über Nachrichten; Diskussion und Interpretation des Gelesenen und Gesehenen</li><li>■ komplette Nachrichtenabstinenz</li><li>■ Medienkompetenz in Schule und Ausbildung fördern</li><li>■ ...</li></ul>
---	---

## Thema 2/Aufgabe 2

<b>Thema:</b>	<b>Medien</b>
<b>Aufgabentitel:</b>	<b>Roboterjournalismus</b>
<b>Textsorte:</b>	Zusammenfassung
<b>Wortanzahl:</b>	270–330
<b>Situation:</b>	<u>Anlass:</u> Zusammenfassung für eine Diskussionsrunde zum Thema <i>Journalismus der Zukunft</i> <u>Rolle:</u> Schüler/in bzw. Kursteilnehmer/in <u>Adressatinnen und Adressaten:</u> Mitschüler/innen bzw. Kurskolleginnen und -kollegen
<b>Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:</b>	Deskription/Rekapitulation
<b>Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:</b>	
Kernaussage(n) der Textbeilage(n):	Im Bericht <i>Journalismus ganz ohne Journalisten</i> von Alexander Fanta geht es um das relativ neue Phänomen des Roboterjournalismus, einer Form journalistischer Berichterstattung, die mithilfe von spezieller Software automatisch generierte Texte produziert. Fanta sieht darin positive Aspekte, wie die Möglichkeit zu kostengünstigerer, umfangreicherer Lokalberichterstattung, aber auch Nachteile, indem z. B. sehr undifferenziert berichtet und die menschliche Dimension ausgeklammert wird.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: wiedergeben	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ automatische Erzeugung von Texten samt Schlagzeilen, d. h. ohne eine Journalistin/einen Journalisten, nur mit entsprechender Software, auf Datenbasis</li> <li>■ zuerst von der Weltnachrichtenagentur <i>Associated Press</i> 2015 eingesetzt (für Quartalsergebnisse börsennotierter Unternehmen), dann auch von anderen Medienunternehmen, darunter auch kleineren Agenturen, die Lokalzeitungen beliefern</li> <li>■ Themen: alle, bei denen statistische Daten verwertet werden können – anfangs vor allem Sport- und Finanznachrichten, aber mittlerweile auch in der Berichterstattung über lokale Ereignisse, z. B. in den Bereichen <i>Soziales</i> und <i>Kommunale Verwaltung</i></li> </ul>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: beschreiben	<b>Vorteile:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Texte können schneller und in größerer Anzahl produziert werden</li> <li>■ billigere Zulieferung von Artikeln für Medien, die finanziell in Schwierigkeiten sind</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Vorteile vor allem für Lokalzeitungen, die keine umfangreichen Recherchemöglichkeiten haben</li><li>■ Ermöglichung von Berichten über sonst nicht kolportierte Fakten (Berichte auf Basis schwer zugänglicher bzw. sonst unbearbeiteter Daten; lokale Ereignisse); Chefredakteur einer Agentur spricht daher von „Übung in Demokratie“</li></ul> <p><b>Nachteile:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ auch Robotertexte sind nicht zur Gänze objektiv, bestimmte Haltung dringt nach wie vor durch; können dadurch z. B. Vorurteile vervielfältigen</li><li>■ Verwendung ein und derselben Vorlage für tausende von Texten; spezielle Eigenheiten, individuelle Eindrücke werden nicht vermittelt</li><li>■ Texte bleiben an der Oberfläche – keine Berücksichtigung tieferer Zusammenhänge</li><li>■ Technisierung sozialer Fragen (Technik löst das soziale Problem, dass uns Journalismus zu teuer ist – entspricht Trend: siehe Automatisierung des Filterns unerwünschter Inhalte)</li><li>■ Auseinandersetzung mit Texten wird zu einer technischen, emotionslosen Angelegenheit</li><li>■ Verlust von „kollektiver Seelsorge“ (Dialog mit den Menschen; ihnen eine Stimme geben) infolge der Ersetzung von Journalistinnen und Journalisten durch Maschinen; nicht geeignet, die menschliche Dimension miteinzubeziehen</li></ul>
--	--

## Thema 3/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:	Individuum und Gesellschaft
Aufgabentitel:	Schaulust
Textsorte:	Textanalyse
Wortanzahl:	540–660
Situation:	kein von der Prüfungssituation abweichender Kontext
Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	Deskription/Rekapitulation, Explikation
<b>Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:</b>	
Kernaussage(n) der Textbeilage(n):	Ernst Sittinger übt in diesem Essay heftige Kritik am Phänomen der Schaulust, das durch die neuen technischen Möglichkeiten (Smartphone, soziale Medien) potenziert werde; der Autor setzt sich mit den Gründen für dieses Verhalten auseinander und plädiert abschließend für eine „Kultur der Mitmenschlichkeit“.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: beschreiben	Der Essay behandelt die Auswirkungen, die neue technische Entwicklungen auf die dem Menschen angeborene Neigung zu Sensationsgier und Schaulust haben. Die ständige Verfügbarkeit des Smartphones und die Möglichkeit, Fotos und Videos auf sozialen Medien zu veröffentlichen, verstärken den Voyeurismus der Menschen in der heutigen Zeit und führen etwa dazu, dass Unfallhelfer/innen durch Schaulustige massiv bei ihren Einsätzen behindert werden und Unfallopfer in sozialen Medien bloßgestellt werden.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: untersuchen	<p><i>Die folgende Gliederung ist eine Möglichkeit, den Aufbau der Argumentation darzustellen. Die Kandidatinnen und Kandidaten können auch eine andere sinnvolle Gliederung vornehmen.</i></p> <p><b>Aufbau der Argumentation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ausgehend vom allgemeinen Problem des Gebrauchs der Technik durch den Menschen, macht der Autor am konkreten Beispiel des Smartphones nicht die technischen Möglichkeiten für den Voyeurismus unserer Zeit verantwortlich, sondern deren menschliche Nutzer/innen (vgl. Z. 1–11).</li> <li>■ Ausgangspunkt für die Beschäftigung mit dem Phänomen der Schaulust ist das vermehrte Auftreten der Behinderung von Helferinnen und Helfern bei Unfällen durch Schaulustige, die mit ihren Smartphones die Unfallopfer filmen oder fotografieren und das Material dann im Internet veröffentlichen (vgl. Lead, Z. 12–42).</li> </ul>



- Die Kritik des Autors am Voyeurismus steigert sich: Es werden mögliche gesetzliche Maßnahmen gegen „Gaffer“ genannt; die Problematik wird als Scheitern der zivilisatorischen Errungenschaften dargestellt, das durch die technischen Möglichkeiten noch potenziert werde (vgl. Z. 43–68).
- Der Autor stellt die Frage, ob der Mensch nur mehr bei Strafandrohung mitfühlend sein kann (vgl. Z. 69–75), und beschäftigt sich im Folgenden mit den Gründen für voyeuristisches Verhalten in der heutigen Zeit:
  - Schaulust ist ein angeborener Trieb des Menschen, der ursprünglich überlebenswichtig war und daher tief verankert ist; der Mensch sollte allerdings in der Lage sein, seine Triebe zu kontrollieren (vgl. Z. 75–100).
  - die „Angstlust“, die man empfindet, wenn man selbst vom betrachteten Unglück nicht betroffen ist (vgl. Z. 101–118)
  - der *bystander effect*, demzufolge die Chancen auf Hilfeleistung sinken, je größer die Zahl der Zuschauenden ist (vgl. Z. 119–141)
  - die Allgegenwart von Kameras im privaten und öffentlichen Leben, die der Überwachung dienen (vgl. Z. 142–155)
  - die Verbindung von Voyeurismus und Selbstdarstellung, die soziale Medien auszeichnet (vgl. Z. 156–170)
  - die Mitverantwortung der Medien, die mit der Sensationsgier der Menschen spielen und dabei die Grenzen des Darstellbaren zuweilen auch überschreiten (vgl. Z. 171–198)
- Der Autor spricht sich für eine „Kultur der Mitmenschlichkeit“ aus, um der „sozialen Entgrenzung“ entgegenzuwirken (vgl. Z. 199–210).
- Er äußert die Hoffnung auf Verhaltensänderung mit dem Hinweis auf Menschen, die in sozialen Medien nun ihrerseits „Gaffer“ bloßstellen (vgl. Z. 211–226).

**sprachliche Gestaltung (in den Bereichen *Wortwahl*, *Satzbau*, *rhetorische Mittel*):**

Der Autor versucht die Leser/innen zu gewinnen, indem er

- sie durch die Verwendung des Personalpronomens „wir“ einbezieht und so darauf aufmerksam macht, dass es sich um ein gesellschaftliches Problem handelt, das alle betreffen kann, z. B.: „Sind wir alle Voyeure?“ (Titel), „Zunächst sollten wir uns eingestehen, dass niemand immun ist gegen voyeuristische Reize“ (Z. 75–78), „Im Normalfall stellen wir freilich an uns selbst den zivilisatorischen Anspruch der Triebkontrolle“ (Z. 91–94)

- vor allem über Adjektive und Nomen eine starke Wertung zum Ausdruck bringt, z. B.: „sensationslüsterne Gaffer“ (Z. 16), „übelste Facetten“ (Z. 60), „seelenlose Voyeure“ (Z. 70), „plumpe Sensationsgier“ (Z. 184); darunter auch Neologismen: Smartphone als „neuer Universalkörperteil“ (Z. 5–6, auch *Ironie*), „Sehens-Unwürdigkeit“ (Z. 112–113, auch *Wortspiel*), „Empörungsmedium“ (Z. 221)
- sich der Alltagssprache (bzw. Umgangssprache) nähert, z. B.: „Gaffer“ (z. B. Z. 16), „Wenn es kracht, wird erst einmal draufgehalten“ (Z. 21–23), „glotzende Massen“ (Z. 38–39), „sensationsgeil“ (Z. 138)
- zur Erklärung bzw. Reflexion bildungssprachliche Ausdrücke verwendet, z. B.: „rudimentäre Pietät“ (Z. 40), „Zivilisation“ (Z. 63), „mitfühlendes Wesen“ (Z. 71–72), „Würde und Empathie“ (Z. 73), „Dort regiert nicht ethische Noblesse, sondern ein simpler Imperativ des Überlebens“ (Z. 81–84, auch *Antithese*), „Diffusion der Verantwortung“ (Z. 131), „Panoptikum“ (Z. 160), „Nihilismus“ (Z. 204)
- zahlreiche rhetorische Fragen stellt, die zur Reflexion anregen sollen bzw. der Erklärung dienen: „Sind wir ein Volk der Voyeure? Ist für Anstand niemand mehr zuständig?“ (Lead, auch *Wortspiel*), „Sind wir seelenlose Voyeure? Ist der Mensch noch ein mitfühlendes Wesen? Oder bekommen wir Würde und Empathie nur mehr per Strafgesetz?“ (Z. 69–74), „Wieso sollte also ein Passant seine Kamera ausgerechnet dann abdrehen, wenn das Schicksal einmal zufällig in seiner Blickdistanz zuschlägt?“ (Z. 194–198)
- Abstraktes veranschaulicht, z. B.:
  - den Verlust des menschlichen Mitgefühls, der die Zivilisation bedroht, z. B.: „Das Bedienelement ‚Mensch‘ dagegen stellt sich häufig als geistig-moralische Sollbruchstelle des Gesamtsystems heraus“ (Z. 7–11, *Depersonifikation*), „moralischer Bankrott“ (Z. 64, *Metapher*)
  - die Allgegenwart von Bildern, z. B.: „Das Leben ist ein Bilderbuch“ (Z. 160–161, *Metapher*), „Ultraschall- und Röntgenbilder, Babyfotos, Heldenposen“ (Z. 161–163, *Aufzählung*), „Intimität ist heute so selten wie Stille oder Finsternis“ (Z. 190–192, *Vergleich*)
  - den Drang, Bilder zu veröffentlichen, durch *Wortspiele*: „im Zoom der Kameralinsen bis zur Kenntlichkeit ausgeleuchtet“ (Z. 64–66), „Das Recht am eigenen Bild wird als Berechtigung gedeutet, sich ständig ins Bild zu setzen“ (Z. 166–169), „Publico, ergo sum – ich veröffentliche, also bin ich“ (Z. 169–170)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ seine Argumentation durch weitere rhetorische Mittel unterstützt,       <ul style="list-style-type: none"> <li>— die das (Fehl-)Verhalten der Menschen veranschaulichen, z. B.:           <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <u>Oxymora und Paradoxa</u>, z. B.: „Angstlust“ (Z. 115–116), „das ‚Tier Mensch‘“ (Z. 88), „interessierte Ignoranz“ (Z. 136–137)</li> <li>■ <u>Wortspiele</u>, z. B.: „Wer den Schaden hat, bekommt also erst einmal einen ‚Spot‘“ (Z. 28–29), „schaurige Schau-Lust“ (Z. 59, auch <u>Alliteration</u> und <u>Oxymora</u>)</li> <li>■ <u>Zeugma</u>: „Viele Schwerverletzte würden ‚schneller auf YouTube als im Krankenhaus‘ landen“ (Z. 29–32)</li> </ul> </li> <li>— die der Nachdrücklichkeit/Verstärkung dienen, z. B.:           <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <u>Alliterationen</u>, z. B.: „Nackte Neugier und primitivste Schadenfreude schimmern frivol durch den fragilen Schmelz der Zivilisation“ (Z. 60–63, auch <u>Personifikation</u>),</li> <li>■ <u>Anapher</u>: „Jeder ist Hauptdarsteller mit Helmkamera, jeder führt in seinem Leben Regie“ (Z. 164–166, auch <u>Alliteration</u>)</li> <li>■ <u>Parallelismus</u>, der die Allgegenwart von Kameras veranschaulicht: „Drohnen blicken in Privathäuser, Satelliten starren durch Wolken, Wildtierkameras setzen das Animalische ins Bild“ (Z. 149–153)</li> <li>■ <u>Aufzählung</u> zur Verstärkung der Forderung nach Solidarität: „Zusammenhalt, Mitgefühl, gegenseitige Hilfe“ (Z. 208–210)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>■ sie zu unterhalten versucht durch diverse rhetorische Mittel (<i>siehe vor allem: Wortspiele, Neologismen</i>)</li> </ul>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: erschließen	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><b>mögliche Intentionen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kritik üben am Verhalten von Schaulustigen</li> <li>■ Problembewusstsein schaffen für das Phänomen der Schaulust</li> <li>■ Bewusstmachen der Auswirkungen von Schaulust auf die Opfer, aber auch auf die Gesellschaft im Allgemeinen</li> <li>■ Erklärungen für das Zustandekommen des Phänomens liefern, damit die dahinterstehenden Mechanismen bewusst durchbrochen werden können</li> <li>■ Anregung zur Reflexion des eigenen Verhaltens</li> <li>■ Aufruf dazu, in der analogen und digitalen Welt mehr Empathie zu zeigen</li> <li>■ Unterhalten durch ästhetische Gestaltung (etwa Wortspiele)</li> <li>■ ...</li> </ul>

## Thema 3/Aufgabe 2

Thema:	Individuum und Gesellschaft
Aufgabentitel:	Gemeinschaft 2.0
Textsorte:	Kommentar
Wortanzahl:	270–330
Situation:	<u>Anlass:</u> Kommentar auf Anregung einer Zeitungsredaktion, Beiträge zum Thema <i>Gesellschaftliches Zusammenleben</i> einzusenden <u>Rolle:</u> junge/r Erwachsene/r <u>Adressatinnen und Adressaten:</u> Leser/innen dieser Tageszeitung
Schreibhandlungen, die im Sinne der Textsorte erfüllt werden sollen:	Argumentation, Deskription/Rekapitulation, Evaluation
<b>Aufgabenerfüllung aus inhaltlicher Sicht:</b>	
Kernaussage(n) der Textbeilage(n):	Lisa Breit setzt sich in dieser Reportage mit dem Trend zur Bildung privater und beruflicher Zweckgemeinschaften auseinander. Gründe für diesen Trend sind laut Zukunftsforscher Matthias Horx die Individualisierung der heutigen Gesellschaft sowie die zunehmend als unsicher und überfordernd erlebte Welt im Hinblick auf Berufsleben, private Beziehungen, Wohnort etc. Neben positiven Aspekten werden auch die negativen Seiten dieses Trends zum „neuen Wir“ wie die Kommerzialisierung von Beziehungen dargestellt.
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 1: nennen	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Sehnsucht nach Gemeinschaft durch verstärkte Individualisierung</li> <li>■ Suche nach Sicherheit in einer zunehmend als unsicher empfundenen „Vuca“-Welt (Auflösung familiärer Strukturen, Flexibilität im Berufs- und Privatleben ...)</li> <li>■ Unverbindlichkeit (da Gemeinschaften jederzeit aufgelöst werden können)</li> <li>■ Möglichkeit, flexibel zu arbeiten</li> <li>■ Schonen von Ressourcen, finanzielle Vorteile</li> <li>■ berufliches Fortkommen durch Knüpfen von Kontakten (Networking)</li> <li>■ kommerzielle Interessen</li> </ul>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 2: bewerten	<i>individuelle Bearbeitung</i> <i>Die Kandidatinnen und Kandidaten sollen den in der Textbeilage beschriebenen Trend bewerten, sie können den Trend dabei auch relativieren, etwa indem sie ihn auf großstädtische Lebensräume, bestimmte Altersgruppen oder soziale Schichten beschränken.</i>

	<p><b>mögliche Argumente für eine positive Bewertung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Schonung von Ressourcen und finanziellen Mitteln (durch das Teilen von Arbeitsräumen, Ausstattung, Energie ...)</li> <li>■ Knüpfen von neuen beruflichen und privaten Kontakten</li> <li>■ Bilden von Netzwerken</li> <li>■ Einsamkeit entgegenwirken</li> <li>■ Austausch von Wissen und Erfahrungen</li> <li>■ kommerzieller bzw. beruflicher Erfolg</li> <li>■ Entlastung von Eltern durch Kooperationen, die die Berufstätigkeit erleichtern</li> <li>■ Co-Working als gute Basis für Unternehmensgründungen, vor allem für Jungunternehmer/innen</li> <li>■ ...</li> </ul> <p><b>mögliche Argumente für eine negative Bewertung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ für das Individuum verstärken sich Abhängigkeiten und Zwänge</li> <li>■ Menschen werden für beruflichen/kommerziellen Erfolg ausgenützt</li> <li>■ fragliche Qualität der so gestifteten Beziehungen durch Nutzenorientierung, zeitliche Begrenzung, Austauschbarkeit etc.; daher kein Ersatz für persönliche Beziehungen</li> <li>■ Vermittler/innen profitieren oft mehr als Beteiligte</li> <li>■ Nachbarschaftshilfe sollte etwas Selbstverständliches sein und nicht auf Gegenleistungen basieren</li> <li>■ Nachteil für professionelle Dienstleister: Hotels, Taxiunternehmen usw. verlieren Verdienstmöglichkeiten</li> <li>■ Schwächung der Wirtschaft, wenn Produkte mehreren Nutzerinnen und Nutzern zur Verfügung stehen</li> <li>■ ...</li> </ul>
Möglichkeiten zu Arbeitsauftrag 3: Stellung nehmen	<p><i>individuelle Bearbeitung</i></p> <p><b>mögliche Ansätze für die Stellungnahme:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Abwägung der Vor- und Nachteile des Strebens nach Individualisierung und nach Gemeinschaft</li> <li>■ Auseinandersetzung mit der Aussage, dass Individualisierung einsam mache</li> <li>■ Frage, ob Individualisierung und Wunsch nach Gemeinschaft Gegensätze darstellen (müssen) bzw. wie in einer individualisierten Gesellschaft Gemeinschaft entstehen kann</li> <li>■ Bedeutung von Individualisierung für eine Gesellschaft und das Individuum, z. B. im Hinblick auf Abgrenzung von anderen; Wahlfreiheit, die auch bedeutet, dass man Entscheidungen für sich treffen muss</li> <li>■ ...</li> </ul>