



**MARKING NOTES
REMARQUES POUR LA NOTATION
NOTAS PARA LA CORRECCIÓN**

May / mai / mayo 2013

**GERMAN / ALLEMAND / ALEMÁN A:
LANGUAGE AND LITERATURE /
LANGUE ET LITTÉRATURE /
LENGUA Y LITERATURA**

**Higher Level
Niveau Supérieur
Nivel Superior**

Paper / Épreuve / Prueba 1

*Diese Korrekturhinweise sind **vertraulich** und gelten ausschließlich für die Korrektoren der jeweiligen Korrekturperiode.*

*Diese Hinweise sind Eigentum des International Baccalaureate. Jegliche Kopierung oder Weitergabe an dritte Personen ohne Einverständnis des IB-Bewertungszentrum ist **verboten**.*

Diese Hinweise für Prüfer/innen sind nur als Leitfaden zur Unterstützung bei der Bewertung gedacht. Sie sind nicht als erschöpfendes und starres Schema für die Antworten oder Ansätze aufzufassen, die in den Arbeiten alle unbedingt zu berücksichtigen wären. Gute Ideen oder Ansätze, die hier nicht angeführt werden, sollten berücksichtigt und positiv bewertet werden. Ebenso sollten Arbeiten, die nicht alle hier angeführten Ideen oder Ansätze berücksichtigen, nicht zu streng beurteilt werden, um eine gerechte Bewertung der individuellen Leistung zu ermöglichen.

TEIL A

Die Kandidat/innen sollen einen Auszug aus dem Roman *Gruber geht* von Doris Knecht (2011), in dem das Scheitern einer Scheinidylle anlässlich eines Familienurlaubs geschildert wird, mit einem Online-Prospekt (2012) vergleichen, in dem Werbung für den familienbetriebenen Bauernhof *Zur Hasenkammer* für einen idyllischen Familienurlaub weitab vom Stress der Großstadt im Hochsauerland in Deutschland gemacht wird.

Eine angemessene bis gute Analyse wird:

- thematische Ähnlichkeiten zwischen den beiden Ausschnitten kommentieren, wie Idylle, Familie und Urlaub.
- die verschiedenen Textsorten, Roman und Prospekt, kommentieren und dabei auf die unterschiedliche Zielgruppe verweisen: Literaturinteressierte versus Familien mit Kindern, die an einem Kurzurlaub am Bauernhof interessiert sind.
- den unterschiedlichen Kontext und die unterschiedliche Intention kommentieren. In Text 1 wird ein ambivalentes Bild der Familie gezeigt, einerseits der Wunsch nach Harmonie und Idylle innerhalb der Familie, andererseits das Erkennen, dass es sich dabei um eine Scheinidylle handelt, die nicht aufrecht erhalten werden kann. Text 2 bedient genau diesen Wunsch nach Idylle, Erholung und glückliche Familie.
- stilistische Unterschiede und Bilder kommentieren: die kurzen, unvollständigen Sätze, die Umgangssprache, englische Ausdrücke des Romans und die Werbesprache und formalen Aspekte des Prospekts: kurze Absätze mit Überschriften, direkte Anrede mit „Sie“, zahlreiche Adjektive, rhetorische Frage, das Ansprechen der Sinne („riechen“) und Gefühle („was Ihr Herz begehrt“), Alliteration („Wiesen und Wald“), Klang („Saft und Kraft“, „Berge für Zwerge“), Vergleich mit Toskana.

Eine gute bis sehr gute Analyse könnte auch:

- auf die thematischen Unterschiede genauer eingehen: die kritische Auseinandersetzung mit Idylle und Familie im Roman im Gegensatz zur Übernahme von Klischees: Die Rückkehr zur Natur wird gepriesen („Mutter Natur“, „authentisch“, „Milch kommt nicht aus der Tüte“), der zugespitzte Stadt-Land-Gegensatz (Stadt ist negativ, Land ist positiv besetzt), glückliche Familie (Genuss für Groß und Klein über drei Generationen), Urlaub als Inbegriff von Erholung und „Erlebnis“ (man geht nicht auf den Berg, sondern erstürmt den Gipfel; was langweilig sein könnte, wird hier zum Abenteuer erklärt).
- auf die Zielgruppe genauer eingehen: der Roman wendet sich an Leser/innen, die für diese Art von sehr zeitgemäßer Sprache offen sind; der Prospekt wendet sich an Familien: an Eltern und Großeltern, deren (Enkel-)Kinder das Leben am Bauernhof entdecken sollen, das als ein Erlebnis geschildert wird.
- auf Kontext und Intention genauer eingehen: die Ambivalenz im Romanausschnitt in der Auseinandersetzung mit der Thematik Familie: einerseits die Kritik an der Figur Jonny, die die Familien-Idylle zerstört, andererseits das Eingeständnis, dass diese Idylle unmöglich ist, während Text 2 die Klischees zu Familie („Kinderglück“) und Natur („Mutter Natur“) unkritisch übernimmt.
- auf die Sprache genauer eingehen, etwa im Roman auf den Gegensatz zwischen dem Idylle-hungrigen „wir“ (der Erzähler zählt sich zu diesem „wir“) und dem die Idylle zerstörenden Außenseiter Jonny, der zwar einerseits kritisiert wird, andererseits aber die „faulen Stellen“ aufdeckt; auf die ironische Wiederholung von „schön“ sowie auf den abgehackten, modernen Stil. Im Gegensatz dazu die idyllische Beschreibung des Hauses (Adjektive). Im Prospekt etwa die idyllische Atmosphäre, die durch die Beschreibung der vier Jahreszeiten ausgedrückt wird, die Wiederholung von „Erlebnis“ und „Entdeckung“.

TEIL B

Die Kandidat/innen sollen einen Auszug aus dem Vorwort der Herausgeber des Buchs *Wir haben es satt! Warum Tiere keine Lebensmittel sind* (2011) mit dem Online-Artikel einer Ernährungsberaterin mit dem Titel „Fleisch essen hat viele Vorteile“ vergleichen. In beiden Texten geht es um Ernährung. Im ersten Text wird Stellung zum Vegetarismus bezogen und das Töten von Tieren, um sie zu essen, als unmoralisch verworfen. Der zweite Text will durch die Aufzählung von Fakten davon überzeugen, dass Fleischessen gesund ist und Fleischesser beim Fleischkonsum kein schlechtes Gewissen haben sollten, ohne aber eine Konfrontation mit den Vegetariern zu suchen.

Eine angemessene bis gute Analyse wird:

- thematische Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen den beiden Ausschnitten kommentieren: die Ernährung – Vegetarier versus Fleischesser.
- auf die verschiedenen Textsorten eingehen: Vorwort eines Buchs zum Thema Vegetarismus (Text 3) und Online-Artikel als Ratgeber für gesunde Ernährung (Text 4).
- auf unterschiedliche Zielgruppen verweisen: Text 3 will vom Vegetarismus überzeugen und kann sich damit ebenso an Vegetarier wenden, um ihnen Argumente zu liefern, wie an Fleischesser, die ihre Ernährung vielleicht schon hinterfragen. Text 4 wendet sich an jene, die sich für gesunde Ernährung interessieren und wissen wollen, ob und warum es gut ist Fleisch zu essen und wie viel als gesund gilt.
- den Kontext kommentieren: Text 3 schildert die chronologische Entwicklung und macht auf den Wandel in der Gesellschaft aufmerksam. Text 4 wurde für das Online-Magazin „Le MENU. So kocht die Schweiz“ geschrieben und nimmt im Artikel Bezug auf die Schweiz.
- die Intention kommentieren: beide wollen überzeugen. Text 3, indem die Autor/innen im Text Stellung für Vegetarismus beziehen. Text 4 will durch Fakten überzeugen, dass Fleisch essen gesund ist.
- stilistische Unterschiede kommentieren: die gehobene Sprache, der komplexere Stil in Text 3 und die Verwendung von Fachsprache, sonst aber einfacher Stil (direkte Anrede „Sie“) in Text 4.

Eine gute bis sehr gute Analyse könnte auch:

- auf die thematischen Ähnlichkeiten genauer eingehen: beide Texte verweisen darauf, dass eine fleischlose Ernährung gesund sein kann.
- auf die Unterschiede genauer eingehen: radikalere Haltung in Text 3: Tiere essen ist moralisch unvertretbar; pragmatische Haltung in Text 4: Fleischessen und Vegetarismus sind vertretbar.
- auf Unterschiede der Zielgruppe genauer eingehen: das Buch wendet sich auch an Literaturinteressierte (mit Texten von Musil und anderen bekannten Autoren); der Artikel wendet sich vorrangig an Schweizer, die aufgefordert werden „einheimisches Fleisch“ und „Fisch aus Schweizer Angebot“ zu kaufen.
- auf den Kontext genauer eingehen: Text 3: die beiden Autor/innen des Vorworts sind die Herausgeber/innen, die weiteren Texte sind von bekannten Persönlichkeiten und Schriftsteller/innen. Text 4: Der Artikel erscheint in einem Magazin für Kochrezepte, er wendet sich nicht an ein Fachpublikum.
- auf die Intention genauer eingehen, indem gezeigt wird wie die Autor/innen sich in Text 3 positionieren: „lassen hoffen, dass [...] eine neue Mitleidskultur entstanden ist“; die Ablehnung des „Teilzeit-Vegetarismus“, denn er „drückt sich um die Frage, wer uns jemals das Recht dazu gab [...] Lebewesen zu töten“. Die Autor/innen nennen die Intention der Texte dezidiert: „Sie möchten überzeugen. Sie appellieren...“. In Text 4 gehören die Sympathien der Autorin sichtlich den Fleischessern: „Wenn Sie Fleisch mögen, dürfen Sie es ohne schlechtes Gewissen essen“. Während die Autor/innen von Text 3 schreiben: „Kann man sie nicht davon überzeugen, dass Tiere nicht etwas sind, das man essen darf?“.
- auf die Sprache genauer eingehen: Text 3: gehobene Sprache als Zeichen der Seriosität („mit Argwohn quittiert“, „Ausgiebiger Fleischgenuss“), Parallelismen, die eine Ausgewogenheit in den Text bringen („signalisierte... Wohlstand, und Wohlstand signalisiert...“, „Wer kein Fleisch mehr isst... Wer weniger Fleisch isst... Wer Fleisch nur im Bio-Supermarkt kauft...“), rhetorische Fragen: „Wissen Sie nicht...?“ „Kann man Sie nicht davon überzeugen...?“ Text 4: Aufzählung von Fakten, Fachsprache, kurze Sätze, direkte Anrede, Rolle als Ratgeberin: „Sie dürfen“, Aneinanderreihung von Adjektiven mit dem Ziel von gesunder Ernährung zu überzeugen, Aufforderung sich mit Fragen an die Autorin zu wenden.