

Liebe Schülerinnen und Schüler der 10b,

hier kommen die Lösungen zum letzten Arbeitsauftrages zur Reportage!

Bitte gleicht eure Aufgaben damit ab und verbessert sie gegebenenfalls!

TGA: (neue) Textsorte REPORTAGE „Kinder im Kaufrausch“

- LÖSUNG -

1. Übung zur Inhaltsangabe

⇒ Hier sind verschiedene Lösungen möglich!

✍ Bitte überprüft, ob eure Lösung inhaltlich mit meiner übereinstimmt!

⇒ Markiert in der gesamten Inhaltsangabe die verschiedenen Anfangsformulierungen. Die ersten drei habe ich grün markiert!

⇒ Schreibt euch diese Formulierungen auf!

⇒ Wie oft hast du das Wort „auch“ in deiner Inhaltsangabe verwendet?
EHRlich 😊!?

⇒ Streiche es gegebenenfalls weg!

2. Textsortenbestimmung: Achtung Fehler meinerseits!

beim Perspektivenwechsel fehlt ein „nicht“!

Bitte verbessern!

3. Autorabsicht

⇒ Hier sind verschiedene Lösungen möglich!

✍ Bitte überprüft, ob ihr eure Absichten mit Textstellen versehen habt!

😊 Mein Vorschlag entspräche der Note 1 in der Prüfung! 😊



Prüfungsvorbereitung

⇒ Hier sind verschiedene Lösungen möglich!
✍ Bitte überprüft, ob eure Lösung inhaltlich mit meiner übereinstimmt!

Textgebundener Aufsatz

Reportage „Kinder im Kaufrausch“ – Inhaltsangabe

- 📖 Lies dir die Reportage sorgfältig durch und
- ✍ Fülle dann die Lücken aus und schreibe die Inhaltsangabe ab Z. 76 weiter!
- ⇒ Vermeide dabei *Wiederholungen!*

Im ersten Sinnabschnitt (Z. 1-9) wird ein Beispiel angeführt, was passieren kann, _____

wenn man einen Jugendlichen zum Lebensmittel-Einkauf schickt: Eventuell besorgt dieser Chips, Cola und ähnliches, aber keine Grundnahrungsmittel, was die Frage nach der Beeinflussung durch Werbung aufwirft.

Anschließend (Z. 10-20) wird beschrieben, dass Wissenschaftler im Gehirn von Jugendlichen feststellen konnten, dass _____

_____ was Auswirkungen für die jugendliche Gesundheit, die Erziehung und die Wirtschaft hat.

_____. Die Folgen davon wurden auf _____

der Fachtagung „Kid on“ in Berlin mit Werbefachleuten, Psychologen und Medizinern thematisiert.

Die Zeilen 19 bis 37 informieren darüber, dass die deutschen Kinder sehr viel Geld zur Verfügung haben und ältere Kinder es zum Beispiel häufig _____

für Bücher und Zeitschriften ausgeben, wobei fast die Hälfte einen eigenen TV hat, fast 90 Prozent der Kinder im Jahr 2011 Internetzugang und die Hälfte ein Handy hatten.

Als Nächstes (Z. 38-58) kommt ein Vertreter der Werbebranche zu Wort, der spezielle Werbung für Minderjährige untersucht, angefangen bei der Zielgruppe der Dreijährigen, die _____

beispielsweise schon auf Firmenlogos und Automarken reagieren.

_____. Werbung für Schüler bezieht sich auf das Internet und Produkte wie Kleidung und Elektronik, wobei 16-Jährige schon als werbekritisch eingestuft werden. Dann (Z. 59-75) folgt die Erklärung, dass Werbung deshalb schon für Kleinkinder gemacht wird und jungen Menschen eigentliche Erwachsenen-Produkte wie _____ durch Internetseiten schmackhaft gemacht werden, wobei die Nutzung dieser Seiten dann wieder in der Marketingbranche weiterverwendet wird. _____

Im Folgenden (Z.76-92) wird besprochen, dass die leichte Beeinflussung von Minderjährigen ausgenutzt wird, indem beispielsweise von Kindern geliebte Artikel an günstigen Plätzen

im Supermarkt stehen. Das wird vom Psychologen Michael Schiebl so erklärt, dass diese Produkte farblich und im richtigen Regal für Kinderaugen stehen. Kleine Käufer können dann den Konsumimpuls nicht kontrollieren und weinen logischerweise, wenn sie die Ware nicht bekommen. Die Zeilen 93 bis 106 erläutern, dass Kinder keine Konsumsperren haben, und ihr Kaufrausch von Sammelprämien-Aktionen, Internet-Werbung oder Online-Spielen mit kindlichen Inhalten noch gefördert wird. Im Sinnabschnitt von Zeile 107 bis 113 folgert Schiebl allerdings, dass auch die Eltern letztlich vom Produkt überzeugt sein müssen, da sie ja die Hoheit über das Geld haben. So werden durch die Wünsche des Nachwuchses auch die Eltern beeinflusst, was in den Zeilen 114 bis 124 steht, wobei hier zur Sprache kommt, dass mittlerweile Jugendliche von Erwachsenenprodukten und -werbung fasziniert sind und die ältere Generation von ihr alt bekannten Kindermarken. Dadurch erklärt sich, dass 30- und 40-Jährige Mickey-Mouse- oder Diddlmaus-T-Shirts tragen, worüber sich der Autor schlussendlich (Z. 125-135) wundert.

⇒ Lies deine Inhaltsangabe noch mal durch:

✎ richtige Zeitform Präsens?

✎ Rechtschreibfehler?

✎ Wiederholungen vermeiden?

✎ Kommasetzung?



Textgebundener Aufsatz

REPORTAGE – Textsorte „Kinder im Kaufrausch“



☞ In der Tabelle ist eine Liste mit den Merkmalen einer Reportage.

Merkmal	Textstelle	eigene Begründung
Aktuelles Thema		Konsum und Beeinflussung von Kindern und Jugendlichen durch Werbung
Teilweise subjektive Darstellung / Wiedergabe von Gefühlen	Autor wundert sich über Diddlmaus-T-Shirts für 40-jährige	Z. 132ff, „Diddlmaus-T-Shirts für 40-jährige Frauen ...“
Recherchen des Autors vor Ort (z.B. Interviews, Beschreibung eines relevanten Ortes)		
Aussagen von Fachleuten (z.B. in Interviews)		
Hintergründe / Zusatzinformationen zum Thema		
Perspektivenwechsel / verschiedene Sichtweisen (Journalist – Fachleute)		
Tempuswechsel (zwischen Präsens und Präteritum)	In dieser Reportage nicht vorhanden! Sie ist durchgängig im Präsens geschrieben.	In dieser Reportage nicht vorhanden!
Ansprechende äußere Form (Bilder als Illustration)		
Namentliche Nennung des Autors		

Textgebundener Aufsatz

REPORTAGE - Autorabsicht

„Kinder im Kaufrausch“



☞ Lies dir die Textsortenbestimmung durch ...

✍ ... und fülle die Tabelle oben entsprechend aus, indem du die Zitate hineinschreibst und die Begründungen kurz zusammenfasst. **(Beispiele sind schon eingefügt)**

„Kinder im Kaufrausch“ ist eindeutig der Textsorte Reportage zuzuordnen, was folgende Merkmale belegen: Konsum und Beeinflussung von Kindern und Jugendlichen durch Werbung sind hochaktuelle Themen, die unsere ganze Gesellschaft etwas angehen. Teilweise baut der Autor auch subjektive Darstellungen ein, z.B. wenn er sich am Ende des Artikels über Diddlmaus-T-Shirts für 40-jährige wundert. (Z. 132ff, „Diddlmaus-T-Shirts für 40-jährige Frauen. Es ist nicht bekannt, ...“) Titus Arnu hat offenbar vor Ort mit Experten gesprochen und recherchiert, was man an den Interviews mit Fachleuten sehen kann. Ein Beispiel dafür sind die Aussagen des Psychologen Michael Schießl, der sich mit dem Konsumverhalten von Kindern beschäftigt. (Z. 82ff, „Die Kids greifen noch eher zu, wenn man das Produkt ...“) Es werden dem Leser sehr viele Hintergrundinformationen geboten, beispielsweise darüber, dass es in Deutschland 2011 zwölf Millionen Minderjährige gab und diese 4,5 Milliarden Euro jährlich ausgeben konnten. Zudem wird hier vorgestellt, was die Kinder und Jugendlichen häufig konsumieren. (Z. 22ff, „Zwölf Millionen Menschen unter 18 Jahren leben in Deutschland, ...“) Reportagen-typisch ist auch der Perspektivenwechsel zwischen der Sichtweise des Reporters, wobei er am Anfang von den Lebensmittel-Einkaufsgewohnheiten eines 14-jährigen spricht und diese **nicht!** nachvollziehen kann (Z. 1-9, „Wenn ein 14-jähriger einkaufen geht, ...“), und der Sichtweise von Wissenschaftlern, die erforscht haben, wie das jugendliche Gehirn im Kaufrausch funktioniert. (Z. 10ff, „Wissenschaftler können nachweisen, dass bei Jugendlichen ...“) „Kinder im Kaufrausch“ ist komplett im Präsens geschrieben, ein Tempuswechsel findet nicht statt. Die äußere Form beweist ebenfalls diese Textsorte: die Überschrift, die Unterüberschrift und das illustrierende Foto von jungen Leuten mit Einkaufstüten am Anfang des Zeitungstextes. Als letztes Merkmal kann die deutliche Nennung des Autornamens „Titus Arnu“ unter dem Bild gelten.



Textgebundener Aufsatz
REPORTAGE - Textsortenbestimmung
„Kinder im Kaufrausch“



☞ Hier findest du mögliche Absichten, die ein Autor mit einer Reportage verfolgt.

wichtigste Absicht!

informieren

kritisieren

zum Nachdenken anregen

unterhalten

Meinung des Autors darstellen

✎ Schreibe die Autorabsicht weiter, indem du dir **zwei weitere Aspekte** aussuchst und diese dann mit Textstellen belegst (wie im Beispiel!).

Titus Arnu verfolgt mit seiner Reportage „Kinder im Kaufrausch“ mehrere Ziele: In erster Linie möchte er über das Konsumverhalten von Kindern und Jugendlichen informieren, indem er zum Beispiel Hintergründe aus der Werbepsychologie darüber liefert, dass Kinder keine gedanklichen Konsumsperren kennen und wie Verkaufsstrategen das nutzen. (Z. 93ff, „Nach Erkenntnissen von Werbepsychologen kennen ...“) Außerdem möchte der Autor _____

... zum Nachdenken darüber anregen, ob man selbst als Jugendlicher manipuliert von Werbung, Produktpräsentationen in Blogs und Foren ist (Z. 70 ff, „Internetseiten mit Schminktipp, Blogs und Foren sollen die Markenbindung stärken“), oder ob man doch schon zu den jungen Erwachsenen gehört, die „... die Marken und Werbung kritisch hinterfragen.“ (Z.57-58)

Zudem können der Anfang und das Ende der Reportage der Unterhaltung dienen, denn der Journalist stellt dort das Lebensmittel-Einkaufsverhalten eines 14-jährigen witzig dar (Z. 7f, „Auf Fragen reagiert er mit undefinierbarem Grunzen.“) und amüsiert sich über 40-Jährige in Diddlmaus-Shirts (Z. 132-133, „Diddlmaus-T-Shirts für 40-jährige Frauen. Es ist nicht bekannt, welches Chaos im Gehirn dafür ...“).



Erkläre hier kurz in ganzen Sätzen, warum

**... Eltern von Kindern und Jugendlichen
... und Jugendliche, die ihr Konsumverhalten schon
hinterfragen können**

als Zielgruppen von dieser Reportage angesprochen werden.

☞ **Hier sind keine Textbelege / Zitat nötig!**

Als Zielgruppe will „Kinder im Kaufrausch“ Eltern von Kindern und Jugendlichen ansprechen, denn

diese sind ja vom Konsumverhalten der Minderjährigen direkt betroffen, bzw. können versuchen durch Erziehung und Vorbild im Konsum oder eben durch Konsumverzicht auf diese einzuwirken, damit der Nachwuchs nicht nur werbemanipuliert ist.

Außerdem ist er für Jugendliche geeignet, die ihr Konsumverhalten schon hinterfragen können,

da man ab ca. 16 weiß, dass Werbung einem oft für Dinge, die man eigentlich nicht braucht, das Geld aus der Tasche ziehen will. So werden die jungen Leute durch diesen Artikel aufgefordert, ihre eigenen Konsumwünsche zu reflektieren.

... und zum Entspannen

YOGA mit Snoopy ☺

