

## Aufgabenbeispiel

Jahrgangsstufe 9/10 (schriftlich) – Gymnasium

Aufgabentyp 4a: Einen Sachtext, medialen Text analysieren, einen literarischen Text analysieren und interpretieren  
hier: einen Sachtext

aus:

Aufgabenbeispiele zu den Kernlehrplänen Deutsch NRW, S. 117 – 120

**Kommission für die Entwicklung von Kernlehrplänen für das Fach Deutsch  
Landesinstitut für Schule 2004**

<http://www.learn-line.nrw.de/angebote/deutsch-unterrichtsentwicklung/>

**Aufgabenbeispiel:  
Jahrgangsstufe 9/10 (schriftlich) – Gymnasium**

**Aufgabentyp 4a: Einen Sachtext, medialen Text analysieren, einen literarischen Text analysieren und interpretieren  
hier: einen Sachtext**

**Unterrichtlicher Kontext**

Die Schreibaufgabe, zu deren Bearbeitung drei Schulstunden einzuplanen sind, steht im Zusammenhang mit dem Unterrichtsvorhaben zum Thema „In den Fängen der Freizeit- und Zerstreuungsindustrie? – Orientierungsversuche“. Inhaltlich geht es dabei u. a. um den Konsumfortschritt und seine massenmedial produzierten Wunschbilder.

Informierende und meinungsbildende Texte zu diesem Thema werden gedanklich erschlossen und für erörternde Auseinandersetzungen aufbereitet.

Die konkrete Aufgabenstellung setzt voraus, dass die Schülerinnen und Schüler Sachtexte aktiv lesen und in ihrer Struktur, Intention und Wirkung verstehen. Dabei erfassen und reflektieren sie Stilmittel eines meinungsbildenden Textes und formulieren die analytischen Ergebnisse in einer zusammenhängenden Darstellung mit eigenen Worten.

**Aufgabenstellung:**

**Analysiere und interpretiere den Text.**

**Achte dabei auf die sprachlichen Mittel, mit denen die Autorin ihr Thema angeht.**

**Textgrundlage**

Eva Zeltner: Seelentröster Shopping.aus „Generation Mix“ von Eva Zeltner©  
Zytglogge Verlag, Oberhofen, 1998

## Kompetenzbezug

### **Lesen – Umgang mit Texten und Medien (3.3)**

- erweiterte Strategien und Techniken des Textverstehens anwenden:
  - genaues Erfassen der Informationen komplexerer Texte
  - Formulierung von Hypothesen unter Einbeziehung eigener Wissensbestände (3.3.1)
- längere und komplexere Sachtexte verstehen: das Thema, den Argumentationsgang und die Stilmittel erkennen, die Aussageabsicht erschließen (3.3.3)

### **Reflexion über Sprache (3.4)**

- über Kenntnisse in Bezug auf Funktion, Bedeutung und Funktionswandel von Wörtern verfügen (3.4.3)
- sprachliche Verfahren beherrschen und diese beschreiben (3.4.7)
- Sprachvarianten – Standard-, Fach-, Umgangssprache, unter Einbeziehung von Aspekten der historischen Entwicklung reflektieren (3.4.8)
- Einblicke in die Sprachentwicklung und gewinnen und diese reflektieren (3.4.9)

## Leistungserwartungen

### **Verstehensleistung**

Die Schülerinnen und Schüler sollen in die geraffte Inhaltsangabe Aufbau und Gedankenführung des Textes einbeziehen:

- Teil 1 (Z. 1-21) stellt einen Wirklichkeitsausschnitt/Sachverhalt („Shopping“) unserer Zeit beschreibend und erläuternd vor;
- Teil 2 (Z. 22-46) beinhaltet die daran geknüpfte und im Folgenden von der Autorin erläuterte These, dass exzessives Einkaufen nicht nur das „Selbstwertgefühl“ (Z. 19) hebe, sondern „Ersatz für den Kirchgang“ (Z. 22) geworden sei.

Der Aufweis der stilistischen Mittel und deren Funktion soll v. a. auf die im ersten Teil eingesetzten Anglizismen verweisen (Shopping, Shopping-Center, Deal, Youngster etc.). Die Anglizismen lassen im Leser semantisch Vertrautes aus der Sprache der Werbung anklingen und bieten ihm in Verbindung mit den feuilletonistisch zugespitzten Beispielen Anstoß für Konnotationen von suggestiver Wirkung, die ihn die gemachten Aussagen für ausgewiesene Tatsachen nehmen lassen.

In zweiten Teil des Textes geht die Autorin – wenig trennscharf – vom reihend/ beschreibenden Stil zu einem eher ‚reflektierenden‘ Stil über. Begriffe aus Theologie und Philosophie („das Sakrale“, „zelebrieren“, „-liturgie“, „-tempel“, „Haben und Sein“) werden an das mit dem Vokabular der Werbung und Ökonomie beschriebene Verhalten interpretierend herangetragen und dieses als Kompensation der Religion behauptet.

---

\* Die Ziffern beziehen sich auf die einzelnen Kompetenzen in den Bereichen des Faches wie sie im Kapitel 3 „Kompetenzanforderungen“ aufgelistet sind.

Die Analyse der Argumentation des Textes soll zeigen, dass es sich um einen wiederholenden Ablauf von Thesen, Aussagen und Beispielen hin zu einer Generalthese am Schluss handelt. Die Schülerinnen und Schüler erkennen, wie Aufbau und stilistische Mittel des Textes der Intention der gesellschaftskritisch eingestellten Autorin Wirkung verleihen: Sie will eine Schwachstelle unserer zum „Shoppen“ verführten Gesellschaft bloßstellen und darüber erfahrungsnah aufklären.

### **Schreiben (3.2)**

- Verfahren prozesshaften Schreibens von der Planung (Zielsetzung, Gliederung) bis zur inhaltlichen und sprachlichen (auch rechtschriftlichen Überprüfung) Überarbeitung von Texten beherrschen, dabei über die notwendige fachspezifische Begrifflichkeit verfügen (3.2.1)
- komplexe Texte strukturiert zusammenfassen (3.2.6)
- Sachtexte unter Berücksichtigung formaler Besonderheiten analysieren und ansatzweise interpretieren(3.2.7)

### **Reflexion über Sprache (3.4)**

- Über wort- und satzbezogene Regelungen verfügen (3.4.12)

### **Darstellungsleistung**

Die Schülerinnen und Schüler sollen ihre Analyse geordnet und übersichtlich formulieren, so dass für den Leser die im Verlauf der Analyse ermittelten Ergebnisse erkennbar werden:

- Dazu sollen gewonnene Teilergebnisse als solche ausgewiesen und begründet für die Erweiterung der Analyse genutzt werden (logischsprachliche Verknüpfung der einzelnen Schritte).
- Zur Analyse sollen ein fachsprachliches Vokabular und ein differenzierter Wortschatz eingebracht werden.
- Die Zitiertechnik soll beherrscht werden.
- In Rechtschreibung, Zeichensetzung und Grammatik sollen die Regelkenntnisse sichere Anwendung finden.

## Eva Zeltner<sup>1</sup>: Seelentröster Shopping

- Shopping begeistert Kinder und Erwachsene. Unglaublich, wie viele Leute heute shoppen gehen. „Stop the shoppers“, nennt sich eine Schweizer Kultband. „Lädele“, die Jagd nach Schnäppchen, ist zu einem Volkssport geworden. Während die Youngsters sich in den Shopping Centers zu irgendeinem Deal treffen, gewandt etwas klauen oder auch nur herumhängen, zelebriert die Pseudojugend Einkaufen als Ritual.
- 5 Tag und Nacht wird in Läden gegrapscht, Rezession hin Notwendigkeit her. Zu einlullender, softer Musik läßt sich das Portemonnaie leicht aus der Tasche ziehen, und mit der Plastikkarte geht jede Kontrolle übers Budget verloren. Shopping ist Geldverlust, Abwechslung, Zeittöter, Seelentröster. Es hilft über Liebeskummer hinweg und erhöht das Wohlbefinden, kann aber auch zur Sucht werden.
- 10 Unzählige Frauen jeden Alters sind vom Shopping-Virus befallen. Vor dem Kleiderschrank endet jede Emanzipation. Töchter erleben Mütter, die sich wie Barbiepuppen ausstaffieren. Das Allerneueste muß her, das 35. Paar Schuhe, ein seidenes Top, zu Haus hängen alte Fahnen.
- 15 Lebensberater und Populärpsychologinnen empfehlen, sich öfter mal was zuliebe zu tun. Damit ist vor allem gemeint, sich etwas zu kaufen. Neuanschaffungen heben das Selbstwertgefühl. Doch eine neue Frisur macht keinen neuen Menschen, und neue Kleider müssen dauernd durch noch neuere ergänzt oder ersetzt werden. Auf die Rechnung folgt dann die Depression.
- 20 Einkaufszeremonien sind Ersatz für den Kirchgang geworden. Die Architektur der Shoppinghallen verströmt weihevolltes Ambiente, das Sakrale wird durch die Musik betont. In den Konsumtempeln zelebrieren die Wohlstandsverwöhnten eine Ersatzliturgie. Familien treffen sich Samstag für Samstag im Supermarkt. Während die Kleinen sich im Spielwarenparadies eine „Kleinigkeit“ erstehen dürfen, zeigen die Großen gegenseitig ihre Schätze und stärken sich bei Kaffee und Kuchen.
- 25 Sinnvoll leben, hieße eigentlich Teilen und auch mal Verzichten, einzeln und als Kollektiv, als Volk von Bessergestellten. Doch dies will kaum jemand ernsthaft. Sonst müßten wir – um ein beinahe alltägliches Beispiel zu nennen – freiwillig auf Dumpingpreis-Flüge nach New York zum Weihnachtseinkauf verzichten. Die winterliche Massenflucht ins
- 30 Ausland ist zum neuen Weihnachtsritual geworden. Vom Billigen profitieren, zugreifen. Ein Schnäppchen hier, ein Schnäppchen dort. Schnäppchenführer sind Bestseller. Eine Freundin erzählte mir, in der Bahn von Milano nach Zürich hätten neben ihr zwei Teenies ununterbrochen ihre Einkäufe verglichen, eine ganze Menge von Klamotten, und dabei gejamert, wie ihnen das Geld für dies und das und jenes gefehlt habe, wo doch
- 35 Ohrringe, Parfums und Schuhe so cool, so geil und – ach – so günstig gewesen wären. Shopping ist mehr als Einkaufen, es drückt eine Lebenshaltung aus, die Philosophie, der wir im Generationen-Mix huldigen: Haben statt Sein. Daß wir nur ein winziges Prozent des ständig wachsenden Überangebots jemals benötigen, spielt keine Rolle. Jede Anschaffung, auch wenn sie Wochen später auf dem Müll oder im Kleidersack der Caritas
- 40 landet, verschafft einen kurzen Moment lang dem darniederliegenden Selbstbewusstsein ein kleines narzisstisches Hoch. So kurz und so lang ist die Welt dann für uns wieder in Ordnung.

### Worterklärungen:

- Z. 5: zelebrieren:** 1. etwas feierlich gestalten, betont langsam und genussvoll ausführen;  
2. eine Messe lesen
- Z. 21: das Sakrale:** Heiliges, Religion betreffend
- Z. 22: Liturgie:** amtliche Form eines Gottesdienstes
- Z. 41: narzisstisch:** eigensüchtig

---

<sup>1</sup> Eva Zeltner: siehe vorne