

Marking notes

Remarques pour la notation

Notas para la corrección

November / Novembre / Noviembre de 2019

German / Allemand / Alemán A:
language and literature /
langue et littérature /
lengua y literatura

Higher level
Niveau supérieur
Nivel superior

Paper / Épreuve / Prueba 1

No part of this product may be reproduced in any form or by any electronic or mechanical means, including information storage and retrieval systems, without written permission from the IB.

Additionally, the license tied with this product prohibits commercial use of any selected files or extracts from this product. Use by third parties, including but not limited to publishers, private teachers, tutoring or study services, preparatory schools, vendors operating curriculum mapping services or teacher resource digital platforms and app developers, is not permitted and is subject to the IB's prior written consent via a license. More information on how to request a license can be obtained from <http://www.ibo.org/contact-the-ib/media-inquiries/for-publishers/guidance-for-third-party-publishers-and-providers/how-to-apply-for-a-license>.

Aucune partie de ce produit ne peut être reproduite sous quelque forme ni par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris des systèmes de stockage et de récupération d'informations, sans l'autorisation écrite de l'IB.

De plus, la licence associée à ce produit interdit toute utilisation commerciale de tout fichier ou extrait sélectionné dans ce produit. L'utilisation par des tiers, y compris, sans toutefois s'y limiter, des éditeurs, des professeurs particuliers, des services de tutorat ou d'aide aux études, des établissements de préparation à l'enseignement supérieur, des fournisseurs de services de planification des programmes d'études, des gestionnaires de plateformes pédagogiques en ligne, et des développeurs d'applications, n'est pas autorisée et est soumise au consentement écrit préalable de l'IB par l'intermédiaire d'une licence. Pour plus d'informations sur la procédure à suivre pour demander une licence, rendez-vous à l'adresse <http://www.ibo.org/fr/contact-the-ib/media-inquiries/for-publishers/guidance-for-third-party-publishers-and-providers/how-to-apply-for-a-license>.

No se podrá reproducir ninguna parte de este producto de ninguna forma ni por ningún medio electrónico o mecánico, incluidos los sistemas de almacenamiento y recuperación de información, sin que medie la autorización escrita del IB.

Además, la licencia vinculada a este producto prohíbe el uso con fines comerciales de todo archivo o fragmento seleccionado de este producto. El uso por parte de terceros —lo que incluye, a título enunciativo, editoriales, profesores particulares, servicios de apoyo académico o ayuda para el estudio, colegios preparatorios, desarrolladores de aplicaciones y entidades que presten servicios de planificación curricular u ofrezcan recursos para docentes mediante plataformas digitales— no está permitido y estará sujeto al otorgamiento previo de una licencia escrita por parte del IB. En este enlace encontrará más información sobre cómo solicitar una licencia: <http://www.ibo.org/es/contact-the-ib/media-inquiries/for-publishers/guidance-for-third-party-publishers-and-providers/how-to-apply-for-a-license>.

General marking instructions

These notes to examiners are intended only as guidelines to assist marking. They are not offered as an exhaustive and fixed set of responses or approaches to which all answers must rigidly adhere.

Good ideas or angles not offered here should be acknowledged and rewarded as appropriate. Similarly, answers which do not include all the ideas or approaches suggested here should be rewarded appropriately.

Of course, some of the points listed will appear in weaker papers, but are unlikely to be developed.

Instructions générales pour la notation

Ces remarques sont de simples lignes directrices destinées à aider les examinateurs lors de la notation. Elles ne peuvent en aucun cas être considérées comme un ensemble fixe et exhaustif de réponses ou d'approches de notation auxquelles les réponses doivent strictement correspondre.

Les idées ou angles valables qui n'ont pas été proposés ici doivent être reconnus et récompensés de manière appropriée.

De même, les réponses qui ne comprennent pas toutes les idées ou approches mentionnées ici doivent être récompensées de manière appropriée.

Naturellement, certains des points mentionnés apparaîtront dans les épreuves les moins bonnes mais n'y seront probablement pas développés.

Instrucciones generales para la corrección

El objetivo de estas notas para los examinadores es servir de directrices para ayudar en la corrección. Por lo tanto, no deben considerarse una colección fija y exhaustiva de respuestas y enfoques por la que deban regirse estrictamente todas las respuestas.

Los buenos enfoques e ideas que no se mencionen en las notas para la corrección deben recibir el reconocimiento y la valoración que les corresponda.

De igual manera, las respuestas que no incluyan todas las ideas o los enfoques que se sugieren en las notas deben valorarse en su justa medida.

Por supuesto, algunos de los puntos que se incluyen en las notas aparecerán en exámenes más flojos, pero probablemente no se habrán desarrollado.

1. Text A und Text B

Die Kandidaten/innen sollen einen Textauszug aus dem Jugendbuch Tintenherz (2003) von Cornelia Funke, in dem die magische Kraft des Vorlesens beschrieben wird, mit einer Webseite vergleichen, die Werbung für „Schneller Lesen Seminare“ macht.

Eine angemessene bis gute Analyse wird:

- thematische Ähnlichkeiten zwischen den beiden Texten feststellen: In beiden Texten geht es um das Lesen. In Funkes Text wird beschrieben, welche Magie gutes Vorlesen entwickeln kann. Die Webseite wirbt dafür, eine Technik zu erlernen, wie man schneller lesen lernen kann.
- auf die verschiedenen Textsorten eingehen: Einmal geht es um einen literarischen Text, um einen Auszug aus einem Jugendroman, und einmal geht es um eine Werbung, die mittels einer Webseite veröffentlicht wird.
- den verschiedenen Kontext kommentieren: ein Textauszug aus dem 2003 veröffentlichten Jugendroman „Tintenherz“ von Cornelia Funke und eine Webseite, die man durch das Internet erreichen kann.
- die verschiedenen Zielgruppen erläutern: Funkes Text richtet sich vor allem an junge Leser ca. zwischen 10–16 Jahre alt. Die Webseite wendet sich vor allem an Firmen und an Menschen, die gezielt nach solchen Kursen im Internet suchen.
- die verschiedenen Intentionen herausarbeiten: Funke möchte Teenager für das Lesen begeistern und die Bedeutung von Büchern betonen. Die Webseite möchte mögliche Kunden anlocken.
- stilistische Besonderheiten der beiden Texte kommentieren: Text A ist ein sehr lebendiger, die Sinne des Lesers ansprechender Text. Es wird aus der Perspektive von Meggie erzählt. Text B zeigt den typischen Aufbau einer Webseite. Es gibt mehrere Bilder und 3 verschiedene Spalten – Schneller Lesen, Seminare, Ihr Nutzen -, die man anklicken kann, um mehr Informationen zu erhalten.

Eine gute bis sehr gute Analyse könnte auch:

- sich genauer mit der Thematik beschäftigen: Funke schildert, wie man durch gutes Vorlesen alles um sich herum vergessen kann und in eine andere Welt gezogen wird. Bei der heutigen Dominanz von visuellen Medien soll daran erinnert werden, wie bedeutsam Bücher sind. Die auf der Webseite geschilderte Technik des schnellen Lesens reflektiert den Zeitgeist. Wir leben in einer Zeit, in der alles möglich schnell und effizient erledigt werden muss. Beide Lesetechniken stehen zueinander im Kontrast.
- genauer auf die Intention und die Zielgruppen eingehen: Funke möchte junge Leser unterhalten und davon überzeugen, wie spannend Lesen sein kann. Die Webseite möchte suggerieren, dass erfolgreiches Arbeiten und schnelles Lesen unmittelbar miteinander verknüpft sind. Durch die Erwähnung des Bundeskanzleramts als ein Kunde sollen das Ansehen und die Seriosität der Kurse untermauert werden.
- detaillierter auf die Stilmittel eingehen: Text A wirkt so lebendig, weil die Sinne des Lesers gezielt angesprochen werden (olfaktorisch: „der Geruch von verbrannten Papier in die Nase.“, haptisch: „Es war kühl.“ „obwohl die Sonne draußen sicherlich schon hoch und heiß“, akustisch: „Totenstill wurde es...“, „so still“, visuell: „in der rot getünchten Kirche“). Außerdem wird wörtliche Rede benutzt. Es gibt bildhafte Vergleiche/Metaphern („die Bilder, die sich aus den Buchstaben formten wie ein Teppich auf dem Webstuhl“, „als kreuzte ein Piratenschiff mit geblähten Segeln geradewegs durch eins der Kirchenfenster“). Bei Text B sollten die Fotos näher beschrieben werden in ihrer Wechselwirkung mit dem Text. Auch dieser Text ist reich an Stilfiguren, wie z.B. rhetorische Fragen, Inversionen, elliptische Sätze, viele Adjektive. Alle diese Stilfiguren sollen dazu beitragen, den Leser zu interessieren und von der Nützlichkeit der Seminare zu überzeugen.

2. Text C und Text D

Die Kandidaten/innen sollen die vom Bundesministerium und anderen Organisationen veröffentlichte Werbeanzeige „Schütteln Sie niemals Ihr Baby!“ (2018), in der es um die Prävention des Schütteltraumas geht, vergleichen mit dem Vorwort zum Buch „Die geheimen Kräfte von Supermoms“ (2016), in dem die Autorin Anika Harb darüber berichtet, wie die durch die Kindererziehung gewonnenen besonderen Fertigkeiten auch im Berufsleben genutzt werden können.

Eine angemessene bis gute Analyse wird:

- die thematischen Überschneidungen und Unterschiede kommentieren: In der Werbeanzeige wird ein offenbar überlasteter Vater gezeigt und es wird vor den Folgen von unkontrollierten Stressreaktionen gewarnt. Im Vorwort berichtet eine Psychologin, die auch Mutter ist, wie sie sich oft überlastet fühlt, aber wie sie durch das Zusammenleben mit ihren Kindern besondere Kräfte entwickelt.
- die unterschiedlichen Textsorten und den Kontext erläutern: eine von staatlicher Seite geförderte Werbeanzeige, die in der Zeitschrift „Kinderkram“ veröffentlicht wurde, und ein Vorwort aus einem Sachbuch.
- die verschiedenen Zielgruppen thematisieren: Die Werbeanzeige wendet sich an alle Eltern mit Babys. Eine breite Öffentlichkeit soll erreicht werden. Das Vorwort richtet sich vor allem an Mütter.
- die Intention herausarbeiten: Bei der Werbeanzeige geht es um gezielte Prävention zur Vermeidung von Schütteltraumata. Das Buch möchte den Müttern mehr Selbstvertrauen geben.
- stilistische Besonderheiten der beiden Textsorten kommentieren: die Werbeanzeige wirkt vor allem durch das zentrale Bild. Die Textteile sind durch verschiedene Farben (Rot und Gelb) und Formen (Kreis, Rechteck, einzelne Streifen) hinterlegt. Beim Vorwort fällt besonders die lange Aufzählung der 12 Superkräfte auf.

Eine gute bis sehr gute Analyse könnte auch:

- detaillierter auf die Thematik eingehen: In der Werbeanzeige wird ein Vater in den Mittelpunkt gestellt. Damit soll gegen stereotype Rollenbilder vorgegangen werden, dass vor allem Mütter sich um die Babys kümmern. Auch das Vorwort kämpft gegen typische Vorurteile an, dass sich nämlich Frauen, die sich Zuhause um die Kinder kümmern, nicht weiter entwickeln können.
 - noch genauer auf den Kontext von vor allem der Werbeanzeige eingehen: Sie wird von verschiedenen offiziellen Organisationen gefördert (z.B. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Nationales Zentrum Frühe Hilfen, Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung).
 - Genauer auf Layout und Sprache der Werbeanzeige und auf die Stilfiguren im Vorwort eingehen: In der Werbeanzeige haben die Farben eine zentrale Funktion. Während die Personen in Blau und Weiß gezeigt werden, ist die Schrift durch Signalfarben betont. Im Textteil fallen die 4 Imperative auf: Legen Sie..., Verlassen Sie..., Atmen Sie..., Holen Sie... Außerdem gibt es 2 Fragesätze und 2 Ausrufungssätze. Im Vorwort gibt einige besondere Stilfiguren: Fragen, direkte Rede, Ausrufe, kleiner gedrucktes Wort Vater/ dad, Anaphern („Wir lernen...“), Anglizismus („Supermom“).
-