

Name:

Klasse/Jahrgang:

Standardisierte kompetenzorientierte schriftliche
Reifeprüfung/Reife- und Diplomprüfung/Berufsreifeprüfung

11. Jänner 2024

Deutsch

Hinweise zur Aufgabenbearbeitung

Sehr geehrte Kandidatin! Sehr geehrter Kandidat!

Ihnen werden im Rahmen dieser Klausur insgesamt drei Themenpakete mit je zwei Aufgaben vorgelegt. Wählen Sie eines der drei Themenpakete und bearbeiten Sie beide Aufgaben zum gewählten Thema.

Themenpakete	Aufgaben
1. Literatur – Kunst – Kultur	Kathrin Röggla: <i>wir schlafen nicht</i> Textinterpretation (540–660 Wörter) 1 Textbeilage (Romankapitel)
	Musik ohne Gesellschaft Leserbrief (270–330 Wörter) 1 Textbeilage (Kommentar)
2. Innovationen	Weltraumtourismus Textanalyse (540–660 Wörter) 1 Textbeilage (Pro-Kontra-Kommentare)
	Das Internet der Dinge Kommentar (270–330 Wörter) 1 Textbeilage (Online-Beitrag)
3. Wissen und Wahrheit	Fake News Meinungsrede (540–660 Wörter) 1 Textbeilage (Online-Beitrag)
	Propaganda Zusammenfassung (270–330 Wörter) 1 Textbeilage (Interview)

Ihnen stehen dafür 300 Minuten an Arbeitszeit zur Verfügung.

Die Aufgaben sind unabhängig voneinander bearbeitbar.

Verwenden Sie einen nicht radierbaren, blau oder schwarz schreibenden Stift.

Verwenden Sie ausschließlich die Ihnen zur Verfügung gestellten Blätter. In die Beurteilung wird alles einbezogen, was auf den Blättern steht und nicht durchgestrichen ist. Streichen Sie Notizen auf den Blättern durch.

Schreiben Sie auf jedes Blatt Ihren Namen und die fortlaufende Seitenzahl. Geben Sie die Nummer des gewählten Themenpakets und den jeweiligen Aufgabentitel an.

Falls Sie mit dem Computer arbeiten, richten Sie vor Beginn eine Kopfzeile ein, in der Ihr Name und die Seitenzahl stehen.

Als Hilfsmittel dürfen Sie ein (elektronisches) Wörterbuch verwenden. Die Verwendung von (gedruckten und online verfügbaren) Enzyklopädien oder elektronischen Informationsquellen ist nicht erlaubt.

Abzugeben sind das Aufgabenheft und alle von Ihnen verwendeten Blätter.

Ihre Arbeit wird nach folgenden Kriterien beurteilt:

- Inhalt
- Textstruktur
- Stil und Ausdruck
- normative Sprachrichtigkeit

Viel Erfolg!

Thema 1: Literatur – Kunst – Kultur

Aufgabe 1

Kathrin Röggla: *wir schlafen nicht*

Verfassen Sie eine Textinterpretation.

Lesen Sie das Kapitel 12 *erst mal reinkommen (die Praktikantin)* aus dem Roman *wir schlafen nicht* (2004) von Kathrin Röggla (Textbeilage 1).

Verfassen Sie nun die **Textinterpretation** und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- Beschreiben Sie die Situation, in der sich die Protagonistin befindet.
- Analysieren Sie Erzählperspektive und sprachliche Gestaltung des Kapitels.
- Deuten Sie den Text im Hinblick auf die Darstellung von Berufseinstieg und Arbeitswelt.

Schreiben Sie zwischen 540 und 660 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.

Aufgabe 1 / Textbeilage 1

Hinweis: Die Schreibweise des Originaltextes wurde beibehalten.

Kathrin Röggla: *wir schlafen nicht* (2004)

12. erst mal reinkommen (die praktikantin)

„und wieder kennen sich andere aus mit vorständen und aufsichtsräten.“ wieder sei sie nicht dabei. ihr sei noch immer keine firmenvergangenheit zur hand, ihr sei noch immer kein medienrückgrat gewachsen, obwohl sie alles versucht habe. dabei wolle sie doch gute pr-arbeit machen, dabei wolle sie doch irgendwann mal ein guter coach sein oder kunden gut beraten, „was weiß ich“. heute müsse man eben für alles offen sein, heute müsse man sich auf alles einstellen können. 5

ja, so eine verlagsvergangenheit würde sie gerne zusammenbringen wie frau mertens, oder eine medienvergangenheit wie frau bülow, oder eine beratervergangenheit wie herr bender, dann würde sie nicht so dastehen. aber von einer pressestelle könne man heute nur noch träumen, so von einer fixanstellung mit vernünftigen gehalt. nur noch träumen könne man von einer stelle in einer agentur und mitgeträumt sei dann immer auch schon eine kleine vergangenheit, ein kleiner erfahrungsschatz, den man dann austauschen könne. 10

man müsse da heute irgendwie reinrutschen, irgendeine beziehung haben und da reinrutschen, nur, sie habe keine beziehungen und sie rutsche auch nirgendwo rein. nein, sie habe keinerlei verbindung in die medienlandschaft, keine verbindung in die werbebranche, auch zu online-redaktionen bestünde keinerlei draht, also was solle sie machen? sie könne nur träumen von einem volontariat, träumen von einem bezahlten praktikum, träumen von fixgehältern und bestehendem arbeitsvertrag. 15

sie hätte ja eine marlboro-jobvorstellung im kopf, werde dann schnell gesagt, so eine marlboro-joblandschaft wäre es, die sie sich da ausmale, so ein marlboro-jobgewitter würde sie sich vorstellen in einer marlboro-job-prairie, die solle sie mal hinter sich lassen, werde dann gesagt. ja, das sagten sie: reiten durch die marlboro-job-prairie und nicht innehalten, das wären ihre flausen im kopf, doch das stimme einfach nicht, denn sie habe keine marlboro-joblandschaft im kopf, geschweige denn erhoffe sie ein marlboro-jobgewitter alleine für sich. „tatsache ist“: das passiere eher den anderen. „tatsache ist“: das passiere ihr nicht. 20

aber die anderen hätten ja alle eltern. die anderen hätten alle ihre steuerberatereltern und wirtschaftsprüfereltern, bei denen sie ein und aus gingen und die ihnen bezahlte praktikumsplätze und volontariate verschafften. die anderen hätten ihre eltern, so besorgende, besorgte und überbesorgte, und sie habe eben keine eltern. zumindest nicht in dem sinn, also keine steuerberater-, keine wirtschaftsprüfer- und unternehmensberatereltern. oder gar zahnarzteltern. kleingbürgers-eltern, das ja, das könne man schon sagen, also praktisch nicht existierende, zumindest, was ihre berufliche situation betreffe. nur ihre eltern könne sie nicht ändern, d. h. sie müsste sich andere suchen, sie müsste sich ihre berufseltern erst ausgraben, weil in der frischen luft praktisch keine vorrätig für sie seien. 25 30

mentoren. man sage dann mentoren. ja, mentoren nenne man die dann, aber die würden in wirklichkeit auch nicht so viel helfen. in wirklichkeit brauche man wieder richtige eltern, ja, 35

sie sage „wieder“, weil das früher mal anders war. das müsse sie jetzt einmal laut sagen, aber das würde ihr niemand glauben, genausowenig, wie ihr jemand glaube, daß sie keine krankenversicherung habe. das würde sie selbst ja nicht einmal glauben, daß sie derart unterversichert, ja, um es korrekt zu sagen „unversichert“ sei, aber das sei nun mal fakt. weil: wer bezahle ihr so was? niemand bezahle ihr so was, selbst mentoren zahlten so was nicht. aber das könne sie ihren eltern gar nicht erzählen, die würden total ausflippen und sagen: „na, dann such dir endlich mal einen richtigen job!“ würden die ihr sagen, also sage sie nichts, was auch die beste möglichkeit sei, es selbst zu vergessen. 40

„das sagt sich ja so leicht: ‚na, dann mach mal ein praktikum!‘ wer finanziert mir denn das?“ ja, was, wenn man das geld dafür nicht habe? man müsse es sich heutzutage leisten können, ein praktikum zu machen. 45

aber das sei ja noch längst nicht der gipfel. denn: „zahlen, daß man arbeiten darf“, soviel habe sie verstanden, würde immer mehr um sich greifen. „ja, zahlen, daß man arbeiten darf“, das habe sich schon länger angebahnt. das würde immer mehr einreißen, das komme nicht aus japan, wie anzunehmen sei, sondern von überall her, wo man heute einen arbeitsmarkt vermuten könne. 50

es reiche eben nicht aus, daß man eine arbeit leisten könne, nein, man müsse auch noch geld drauflegen. sie sagten dann: „wegen der unkosten“, oder: „wegen der ausbildung“. sie verkauften jetzt eine arbeit immer als ausbildung. „dafür, daß wir sie trainieren“, das habe sie nicht nur einmal gehört, das sei ihr schon mehrfach vorgeschlagen worden: „zahlen, daß man arbeiten darf.“ das würde immer mehr um sich greifen, das würde sich sozusagen global erwärmen, denn das gehe durch alle kontinente, zumindest, was attraktive arbeitsplätze betreffe – „ist ja auch logisch.“ könne man nur sagen, denn das liege doch auf der hand, daß auch ein attraktiver arbeitsplatz einen marktwert habe und an den meistbietenden verkauft werden könne. das sei eine logik, die im prinzip eingängig sei, nur von manchen nicht verstanden würde. 55

z. b. ihre eltern verstünden das nicht. die würden immer nur sagen, es müßte doch möglich sein, einen job zu finden, bei dem man geld verdienen könne, und nicht nur ein unbezahltes praktikum. sie habe direkt das gefühl, die weigerten sich, das zu verstehen. aber wie auch, wenn selbst ihr bruder es schon nicht verstünde. der sage immer nur: was für eine pleite, daß sie den job hier mache. was für eine pleite, daß ausgerechnet seine schwester zu einer art consulting-unternehmen gehe, wo er das doch schon abgelehnt habe. wo er doch der sei, der physik studiere und in frage käme. sie habe versucht, ihm klarzumachen, daß das ja nicht so ein unternehmen sei, wie er es im sinn habe, da habe er schon gesagt: er kenne diese leute. früher oder später kämen die alle zu ihm an die uni, um da ihr recruiting zu machen, „recruiting!“ habe er mehrmals gesagt, schon alleine dieser terminus müßte einen hellhörig machen, habe er gesagt, und: was für eine pleite, habe er gesagt, wo er das doch abgelehnt habe. 60
65
70

dabei sei beratung ja nicht gleich beratung, habe sie es noch mal versucht. er solle sich bitteschön dieses alte mckinsey-klischee aus dem kopf schlagen. er habe aber nichts als dieses mckinsey-klischee im kopf gehabt und so auch nicht sich aus dem kopf schlagen können, für ihn gebe es nur den mckinsey-king und mckinsey-flure, die man diesbezüglich entlangschleichen könne mit nichts als rationalisierungsfuror und kündigungswahnsinn in der hand. „da werden die doch selber wütend“, habe sie zu ihm gesagt, wenn die sehen würden, sie müßten leute entlassen, „das macht denen doch auch keinen spaß“. habe sie plötzlich vermutet und ihr bruder habe nur gelacht: „na, dann werden sie eben nicht wütend genug!“ habe er gesagt, „wütend genug!“ das müsse man sich mal vorstellen! 75

außerdem wolle sie ja gar nicht ins consulting business hinein, da habe man sie schon richtig ver- 80
standen, sie habe da auch nichts verloren, aber woanders sei kein job zu holen gewesen, woanders
sei nichts zu machen gewesen. ja, was solle sie schon groß sagen, das sei ja nur ein idiotenjob, den
sie hier mache, und selbst der sei unbezahlt. auf der messe hier könne sie wenigstens ihre runden
drehen und gucken, ob sich doch was aufgabeln lasse.

nein, sie wisse nicht, zu was sie bereit wäre, um einen job zu kriegen, das wisse sie nicht, sie 85
vermute mal zu einigem.

Quelle: Röggl, Kathrin: *wir schlafen nicht*. Frankfurt am Main: S. Fischer 2004, S. 87–92.

INFOBOX

Kathrin Röggl (geb. 1971) österreichische Schriftstellerin, die seit 1996 in Berlin lebt. Als Grundlage für den Roman *wir schlafen nicht* hat sie zahlreiche Interviews mit Consultants, Coaches, Programmierinnen und Programmierern sowie Praktikantinnen und Praktikanten geführt.

Consulting: professionelle Beratung von Unternehmen insbesondere hinsichtlich Wirtschaftlichkeit

Marlboro: Zigarettenmarke, die mit der Werbefigur eines coolen und lässigen Cowboys warb, der Männlichkeit, Unabhängigkeit, Freiheitsliebe und Selbstbestimmung vermitteln sollte

McKinsey: weltweit tätiges Unternehmen im Bereich der Unternehmensberatung

Recruiting: Suche nach bzw. Vermittlung von qualifizierten Arbeitskräften

Thema 1: Literatur – Kunst – Kultur

Aufgabe 2

Musik ohne Gesellschaft

Verfassen Sie einen Leserbrief.

Situation: Sie lesen einen Kommentar über Musikstreaming und reagieren darauf mit einem Leserbrief.

Lesen Sie den Kommentar *Jeder hört für sich allein* von Tobi Müller aus der Online-Ausgabe der deutschen Wochenzeitung *Die Zeit* vom 25. Dezember 2019 (Textbeilage 1).

Verfassen Sie nun den **Leserbrief** und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- Geben Sie ausgewählte Kritikpunkte des Autors am Musikstreaming kurz wieder.
- Nehmen Sie dazu auf Basis Ihrer Erfahrungen und Beobachtungen Stellung.
- Beurteilen Sie den Stellenwert von Musikstreaming für junge Menschen.

Schreiben Sie zwischen 270 und 330 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.

Aufgabe 2/Textbeilage 1

Musikstreaming

Jeder hört für sich allein

Das waren die Zehnerjahre: Streamingplattformen haben nicht nur den Pop vermessen, sondern auch den öffentlichen Raum verändert. Geht's da überhaupt noch um Musik?

Von Tobi Müller

Der öffentliche Raum wabbelt schon vor lauter Blasen. Körpergroße Kugeln mit durchsichtigen Wänden aus Klang umgeben die Menschen. Sie joggen darin, fahren E-Bike oder tockeln als Fußgängerinnen über den Fahrradweg. Manche tragen ihre Blasensphären ins Großraumbüro. Oder sie sitzen einfach in ihnen herum und erwecken den Anschein, als würden sie nachdenken. Sie schauen niemanden an, starren in die Ferne wie U2 oder Depeche Mode auf den Fotos von Anton Corbijn. Sie hören Musik.

Streaming, Smartphones und Kopfhörer haben im vergangenen Jahrzehnt das öffentliche Bild so stark verändert wie davor wohl zuletzt das Automobil. Beides sind Symbole des Alleinseins inmitten der Vielen geworden. Im Kokon aus Blech, in den Blasen aus Sound.

Die Musik selbst gehört inzwischen zur Innenausstattung – und ihre mediale Form trägt daran einen signifikanten Anteil: Streaming unterstützt Gefühle, Biorhythmen oder gibt den karriereentscheidenden Egoboost vor

dem nächsten Meeting. Man hat ja immer etwas Passendes dabei. Die meisten Playlists richten sich nach dem Tagesablauf: Musik zum Frühstück, für den angeregten Vormittag, gegen die Müdigkeit am Nachmittag, für die letzte Konzentration am Vorabend, die Entspannung nach dem Essen, das akustische Vorglühen und was Heißes für danach. Kein Wunder, dass wir nicht mehr Fans heißen, sondern User, im Englischen eben auch die Bezeichnung für Drogenabhängige.

Musikstreaming ist innerlich und intensiv, erzeugt das grandiose Gefühl, alles im Griff zu haben, und sei es die größte Jukebox der Welt. Und wie unter Einfluss jeder Droge hält man den eigenen Geschmack für verfeinert, selbst wenn dieser Geschmack von Algorithmen gelenkt wird, stets mehr vom Gleichen findet und dabei akustisch zur Banalität tendiert. Wer vermisst schon die alten Gatekeeper, die Torwächter vor den Musikschätzen: schlecht gelaunte Plattenverkäufer und aufgeblasene Journalisten, die den Massengeschmack verachten. Kann alles weg, oder? [...]

Der Walkman, mit dem in den frühen Achtzigerjahren die Musik

das Laufen lernte, war noch Teil eines Dialogs mit der Öffentlichkeit. Wer einen Walkman trug, war jung und stellte kalifornische Körperkultur oder Popaffinität zur Schau. Das Signal ging auch nach außen. Beim Streaming hingegen strömt alles nach innen. Und was da strömt, wird mit immenser Computerkraft errechnet. Wir hören unseren eigenen Geschmack als endlosen Spiegel, meistens auf Kopfhörer. Dieser Narzissmus des Hörens ist neu. Musik handelte immer von Ritualen, Zeremonien, vom Sozialen. Pop war eine Wissenschaft der Massen, die sammelten, lasen, tauschten und zusammen hörten. Streaming hat das mehr oder weniger erledigt.

Andererseits: Dass wir auf Streamingplattformen so viel tolle neue Musik entdecken können wie noch nie, steht außer Frage. Die globalen Einflüsse werden vielfältiger, der ehemals kostspielige Zugang über Vinyl und Postsendungen ist kein Thema mehr. Doch diese Schranken fielen alle bereits in den Nullerjahren, als das digitale MP3-Format und illegale Tauschbörsen das alte Tonträgergeschäft zerstörten. Da hieß es: Nieder mit den Majors, die so lange obszöne Gewinne

eingefahren und die Konsumenten mit überkauften CDs abgezockt hatten! Im Vergleich zu Spotify, Apple Music oder YouTube Music erscheinen die damals dezimierten Plattenfirmen allerdings heute wie Menschenfreunde. Denn sie arbeiteten mit einer Mischkalkulation: 20 Nieten, ein Gewinner. Die „Nieten“ ebenso zu finanzieren, ist wichtig, um den Mittelbau zu fördern und den Markt dynamisch zu halten. Im Streamingmodell verdienen nur die Gewinner genug Geld, alle anderen gehen fast leer aus.

Die Folgen dieser Konzentration auf das eine Prozent haben uns schon erreicht. Fast alle heutigen Popgroßkünstler sind älter als 50 Jahre und vor dem Crash der Industrie berühmt geworden. Jetzt gibt es nur noch wenige, die sich mit ihren Karrieren Zeit lassen und sich künstlerisch entwickeln können. Im mittleren Segment überlebt kaum jemand fünf Jahre – die niedrigen Einkünfte aus Streamingtantiemen zwingen Musiker zu pausenlosen Tourneen. Das Resultat: keine Freunde, keine Familie, keine Ruhe, um bestmögliche Alben aufzunehmen. [...]

Spätestens seit 2015, schreibt [ein schwedisches] Forscherteam, investiert Spotify vor allem

in Technologie, die unser Verhalten studiert, aufzeichnet und diese Erkenntnisse gewinnbringend an Dritte weiterverkauft. Für die Datenernte bietet Musik ein ideales Feld: Weil die User viel mehr Zeit mit Musik verbringen als mit News, weil sie immer wieder zu gewisser Musik zurückkehren, während ein Zeitungsartikel eine viel kürzere Halbwertszeit hat. Nichts schraubt den Wert unserer Datenspuren so in die Höhe wie Verweildauer und direkter Zugang, ohne den Umweg einer intermediären Plattform wie Facebook also. Musikstreaming ist das El Dorado der Datengoldwäscher.

Bis vor zehn Jahren galt: Fans wollen alles über die Künstler wissen. Das war der Grund, Musikmagazine zu kaufen. Heute hat sich dieses Verhältnis umgedreht. Die Künstler wollen alles über die Fans wissen. Wo sie wohnen, welche Lieder sie hören, wie alt sie sind. Das ist der Grund, warum der Musikjournalismus verschwindet. Der Industrie ist das nur recht, sie hat den Journalismus immer nur zähneknirschend geduldet. Heute gehen die Anzeigenbudgets direkt zu Influencern oder direkt zum Streaminganbieter.

Die Kultur der Playlists dreht sich nicht um die Künstlerinnen,

sondern nutzt die Nutzerinnen. Es wird nun darum gehen, ob sich die Hörer die Souveränität über ihr Hörverhalten zurückholen können. Ob sie die Streamingtechnologie zu ihrer eigenen machen können.

In 60 Jahren Popgeschichte zeigte sich immer wieder, dass Technologie hackbar und Musik unaufhaltbar ist. Allerdings ist auffällig, dass die großen Protestbewegungen seit Anfang der Zehnerjahre keinen spezifischen Soundtrack mehr haben. Ob die *Arabellion* in Ägypten und dem Maghreb, ob die *Indignados* in Spanien oder *Occupy* in New York City: Musik war nicht ihr Medium. Heute stellt schon gar niemand mehr die Frage, wie Fridays for Future klingt. Protest braucht keinen Pop, Protest nutzt Social Media.

Das mag eben auch daran liegen, dass Musikstreaming dem Pop das popularisierende Element genommen hat: Musik, die in vereinzelt Echochammern zur Erbauung des Individuums gehört wird, kann schwerlich eine gemeinschaftliche Kraft entfalten. Paradoxerweise ist ja aber genau das die große Sehnsucht vieler: die Kommunion der Gleichschwingenden. Dazu allerdings sollte man den Kopfhörer absetzen. ■

Quelle: <https://www.zeit.de/kultur/musik/2019-12/musikstreaming-plattformen-spotify-streamingdienste-musikmarkt/komplettansicht> [27.06.2023].

INFOBOX

Anton Corbijn: niederländischer Fotograf und Filmregisseur

Arabellion: Reihe von Aufständen und Revolutionen in arabischen Staaten ab Dezember 2010 („Arabischer Frühling“)

Depeche Mode und U2: Rock- bzw. Pop-Bands

Gatekeeper: Torwächter, *hier* wichtiger Einflussfaktor bei Entscheidungsfindungsprozessen

Indignados: Protestbewegung in Spanien 2011/12

Majors: *hier* Major-Labels, Unternehmen der Musikindustrie, die zur Gruppe der marktführenden Musiklabels gerechnet werden

Occupy: auch Occupy Wall Street, Protestbewegung in den USA ab 2011

Vinyl: *hier* Schallplatte

Thema 2: Innovationen

Aufgabe 1

Weltraumtourismus

Verfassen Sie eine Textanalyse.

Lesen Sie die Pro-Kontra-Kommentare zur Frage *Soll man Touristen ins Weltall fliegen?* von Gerhard Hegmann und Reinhard Mohr aus der Online-Ausgabe der deutschen Tageszeitung *Die Welt* vom 3. August 2020 (Textbeilage 1).

Verfassen Sie nun die **Textanalyse** und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- Geben Sie kurz die jeweilige Position der beiden Autoren zum Weltraumtourismus wieder.
- Analysieren Sie die sprachliche Gestaltung der beiden Kommentare.
- Untersuchen Sie vergleichend die Argumentation der beiden Autoren.

Schreiben Sie zwischen 540 und 660 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.

Aufgabe 1 / Textbeilage 1

Pro und Contra

Soll man Touristen ins Weltall fliegen?

Der britische Unternehmer Richard Branson hat die Passagierkabine für sein Touristenraumschiff vorgestellt. Sind solche Lustreisen ins All wirklich eine gute Idee?

Ja, sagt Gerhard Hegmann

Das wird und muss so kommen. Alles andere würde bedeuten, den Entdeckungsdrang und die Fantasie der Menschen zu unterdrücken. Neugierde und das Vorstoßen zum Unbekannten gehören seit jeher zum menschlichen Antrieb.

Die Raumfahrtbranche ist selbst schuld, wenn jetzt der Weltraumtourismus nach vielen Verzögerungen langsam in Schwung kommt. Bilder aus dem All mit dem blauen Planeten aus großer Höhe wecken eben das Verlangen, selbst diesen Blick zu wagen.

Noch dazu gepaart mit Schwerelosigkeit. Das darf nicht gedeckelt werden. Es ist nachvollziehbar, dass bei vielen ein Flug in den Weltraum auf dem ultimativen Wunschzettel mit der Überschrift „Einmal im Leben“ steht. Früher war das einmal ein Flug mit der Concorde.

Sicher sind die Tickets für den Trip in den Weltraum anfangs nur für Wenige erschwinglich. Aber auch zu Beginn der Passagierluftfahrt waren Flugreisen etwas Besonderes. Außerdem zeichnet sich schon ab, dass sich der Weltraumtourismus

aufspaltet: in Angebote für einen Kurzausflug knapp über die Grenze zum All mit ein paar Minuten Schwerelosigkeit und quasi die Kreuzfahrtvariante, mit längeren Erdumrundungen oder gar Flügen zum Mond sowie Hotels in der Umlaufbahn.

Keine Frage, Raketenstarts sind nicht umweltfreundlich. Aber das Problem ist erkannt, und an der Lösung wird gearbeitet. Noch immer starten alle Nationen Wegwerfraketen und lassen die Antriebsstufen ins Meer oder auf Land fallen. In China werden dabei sogar hin und wieder Häuser zerstört.

Nur der US-Unternehmer Elon Musk mit seiner Raumfahrtfirma SpaceX realisiert bislang Recyclingraketen. Musk treibt auch den Weltraumtourismus voran. Zudem wird in einigen Laboren am grünen Raketentreibstoff geforscht.

Weltraumtourismus würde auch dazu beitragen, der Ingenieurskunst und Technik zu Ansehen und Vertrauen zu verhelfen. Das würde letztlich auch die bemannte Profiraumfahrt sicherer machen.

Der veränderte Blick auf den blauen Planeten

70

Vor allem würde der Flug ins All für immer mehr Menschen im wahrsten Sinne des Wortes den Blick auf die Erde verändern. Praktisch alle 500 Männer und Frauen, die bislang aus dem All auf die Erde geschaut haben, hat diese Aussicht lebenslang geprägt. „Ein wunderschöner Planet“, den es zu bewahren gilt, lautet die immer wieder geäußerte Botschaft der Rückkehrer.

Die Verletzlichkeit der Erde, Kontinente ohne Grenzen, das Roden des Urwalds, die Folgen des Klimawandels oder der Smog über Metropolen – das alles lässt sich mit Abstand besser erkennen.

Raumfahrttouristen können so zu Umweltschützern werden. So wie Reisen auf der Erde oft dazu beitragen, andere Kulturen zu verstehen, können Reisen in den Weltraum dazu beitragen, die Erde zu verstehen. Diese Chance sollten viele bekommen.

Der Autor hat als Kind in der Badewanne unter Wasser geübt, den Atem anzuhalten: Er spielte einen Raumflug mit Sauerstoffproblem.

Hinweis: Der Kontra-Kommentar befindet sich auf der nächsten Seite.

Nein, findet Reinhard Mohr

„Wenn's der Wahrheitsfindung dient“, hätte Fritz Teufel wohl 105 gebrummt, wäre anno 1968 die Meldung verbreitet worden, man wolle Millionäre auf den Mond schießen – oder wenigstens in eine 30-minütige Sight- 110 seeingumlaufbahn um die Erde, wie es Richard Bransons Firma Virgin Galactic plant.

Zu Zeiten der Kommune 1 hätte man daraus womöglich 115 eine Aktion auf dem Kurfürstendamm gemacht, mit einem selbst gebastelten Raumschiff und der Parole „Reiche ins All – das Kapital hat einen Knall!“ 120 Meine Oma hätte pragmatischer reagiert: „Rakete in de Weltraum schieße, des könne se. Aber des Riesenloch uff de Gass vorm Haus zumache, des 125 schaffe se ned!“

Es klafft eine gewaltige Lücke zwischen dem Entdeckungsdrang des Menschen und dem Tiefbauamt Hanau. Wie stets, 130 wenn große Dinge in Aussicht gestellt werden, bemüht man zwei Hauptargumente: den Fortschritt der Menschheit und das bessere Verständnis 135 anderer Kulturen, seien es nun Außerirdische oder Andalusier, Sachsen oder Saarländer.

Was den technologischen Fortschritt betrifft, so haben wir in 140 den vergangenen 200 Jahren seine Zwiespältigkeit zur Genüge kennengelernt, Adorno würde sagen: seine Dialektik.

So großartig die Wissenschafts- 145 und Wohlstandssprünge sind, so sehr haben sie ihre Schattenseiten, Stichwort Klimaerwärmung.

Auch die Atombombe war 150 ein High-End-Produkt ungebremsten Forscherdrangs, ganz zu schweigen von Chemie- und Biowaffen oder Natur- und Umweltzerstörung im globalen 155 Maßstab. Die Frage ist also immer: Welche Art von Fortschritt und zu welchen Kosten?

Dass nun auch Premiumtouristen in der Nachfolge 160 von Daniel Düsentrieb in der coolen Kapsel auf einem sagenhaft teuren Schnupperflug die Erde bestaunen können, wird der Nasa kaum neue Erkennt- 165 nisse bringen. Auch der kulturelle Gewinn ist in Zweifel zu ziehen.

Schon hundertmal haben wir von Astronauten gehört, 170 dass der Blick auf die Erde deren ganze Schönheit und Verletzlichkeit offenbare und die Einsicht gedeihen lasse,

dass wir sie deshalb umso mehr 175 schützen müssen.

Ja, ja, sehr richtig, plausibel und sogar ein bisschen romantisch. Aber diesen Effekt kann man auch bei einem Spazier- 180 gang rund um den Tegernsee erzielen. Der Rest ist schwerelose Kopfarbeit.

Wandern macht uns auch nicht zwangsläufig zu Ökos 185

Gegen die steht leider seit Jahrtausenden die ganze Schwerkraft irdischen Wahnsinns. Daran ändern auch Hunderte Millionen von Touristen nichts, die in all 190 den Jahren auf ihren Trampelpfaden kreuz und quer durch die ach so schöne Welt so wenig zu Umweltschützern geworden sind, wie es jene exklusive Schar 195 von Weltalltouristen würde, wenn sie ein paar Minuten von oben herabschaute.

Dafür wäre ihr Instagram-Account – „sent from heaven“ – 200 randvoll.

Aber Gott ja, wenn's der Wahrheitsfindung dient.

Der Autor bekam in den Sechzigerjahren zu Weihnachten 205 einen Chemiebaukasten geschenkt. Er wurde dann doch lieber Journalist. ■

Quelle: <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article212752739/Pro-und-Contra-Soll-man-Touristen-ins-Weltall-fliegen.html> [27.06.2023].

INFOBOX

Adorno, Theodor (1903–1969): deutscher Philosoph

Concorde: erstes Überschall-Passagierflugzeug im Linienflugdienst

Daniel Düsentrub: Comicfigur der Walt Disney Company, genialer und einfallsreicher Erfinder

Kommune 1: politisch motivierte Wohngemeinschaft in Berlin (West) (1967–1969)

Kurfürstendamm: Einkaufsstraße in Berlin

„Rakede in de Weltraum schieße, des könne se. Aber des Riesenloch uff de Gass vorm Haus zumache, des schaffe se ned!“ (Dialekt): „Eine Rakete in den Weltraum schießen, das können sie, aber das Riesenloch auf der Gasse vor dem Haus zumachen, das schaffen sie nicht.“

Teufel, Fritz (1943–2010): politischer Aktivist, Autor und aktiver Teilnehmer der Studentenbewegung 1968, Mitglied der terroristischen Vereinigung *Bewegung 2. Juni*, Verbindung zur Roten Armee Fraktion (RAF), einer linksextremistischen terroristischen Vereinigung. Mit der Äußerung „Wenn's der Wahrheitsfindung dient“ während einer Gerichtsverhandlung gegen ihn machte er sich über die Verhandlung lustig. Der Satz wurde schließlich zu einem geflügelten Wort.

Thema 2: Innovationen

Aufgabe 2

Das Internet der Dinge

Verfassen Sie einen Kommentar.

Situation: Sie nehmen an einem Projekt an Ihrer Bildungsinstitution zur zunehmenden „Smartifizierung“ teil. Für die Projektzeitung schreiben Sie einen Kommentar, für den Sie auch einen passenden Titel formulieren.

Lesen Sie den Beitrag *Das Internet der Dinge in der Bildung* von Birgit Frost, der auf der Website der deutschen *Bundeszentrale für politische Bildung* am 22. November 2016 erschienen ist (Textbeilage 1).

Verfassen Sie nun den **Kommentar** und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- Beschreiben Sie kurz, was mit dem „Internet der Dinge“ gemeint ist.
- Bewerten Sie die zunehmende „Smartifizierung“ des Alltags im Hinblick auf mögliche Chancen und Risiken.
- Nehmen Sie Stellung zum Einsatz intelligenter Lernumgebungen im Bildungsbereich.

Schreiben Sie zwischen 270 und 330 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.

Aufgabe 2/Textbeilage 1

Digitale Tools und Technik im Bildungsalltag

Das Internet der Dinge in der Bildung

Der Lichtschalter, der sich je nach Aufenthaltsort des Hausbewohners selbst betätigt. Das Halsband, das den fälligen Tierarztbesuch des Hundes meldet. Der Drucker, der seinen Toner selbstständig nachbestellt. Alles Beispiele für das Internet der Dinge, das sich rasant weiterentwickelt. Doch was ist dieses Internet of Things eigentlich, und wie kann es im Bildungsbereich zum Einsatz kommen? Welche Chancen und Risiken birgt es?

Von Birgit Frost

Das Internet ist selbstverständlicher Teil unserer Gesellschaft. Viele Prozesse im Alltag erledigen wir über das Netz. Wir bedienen Laptops, Tablets und Smartphones und machen Bestellungen, Bankgeschäfte, Terminabsprachen ganz gewohnheitsmäßig online. Auf einige Angebote hätten wir ohne Internet schon gar keinen Zugriff mehr, zum Beispiel die Enzyklopädie Brockhaus.

Mit dem Internet der Dinge (oder Internet of Things, kurz IoT) werden physische Gegenstände in dieses Netz integriert und ansteuerbar gemacht. Unintelligente Dinge – wie Lichtschalter, Hundehalsbänder oder Drucker – werden mit Chips und Sensoren ausgestattet und können so über Funk direkt miteinander kommunizieren. Sie sind in der Lage, ihre unmittelbare Umgebung wahrzunehmen, diese Informationen zu verarbeiten, mit anderen Dingen in Kontakt zu treten oder Aktionen auszulösen. Die Schnittstelle Mensch wird obsolet. Perspektivisch verschwindet der Computer langsam, die Gegenstände werden nach und nach Teil des Internets.

Die schleichende Revolution

Diese „Smartifizierung“ unseres Alltags vollzieht sich leise und eher im Verborgenen, wird unser Leben in ihrer Tragweite jedoch nachhaltig verändern – im Positiven wie im Negativen. Die vielen kleinen vernetzten Dinge beginnen, unser tägliches Dasein unbemerkt zu steuern. Sie sollen die Welt für uns effizienter, sicherer und bequemer machen. Sie machen es aber gleichzeitig technologieabhängiger, unsicherer und kompetenzaufwändiger. Wie dieses Internet der Dinge konkret aussieht und wie seine Einsatzbereiche sein können, illustrieren einige Beispiele aus dem urbanen und dem häuslichen Umfeld: In Smart Citys kommunizieren Mülltonnen der Stadtreinigung, dass sie geleert werden müssen. Elektro-Autos weisen ihrem Fahrer den Weg zum nächsten freien Parkplatz. Intelligente Ampeln reagieren auf das Verkehrsaufkommen und schalten sich so, dass möglichst wenig Stau entsteht. In Smart Homes bestellen Kühlschränke ihren Inhalt selbst nach, selbsttätige Staubsauger bewegen sich über ihre tägliche Route und die Heizung regelt sich je nach Wetter. Viele weitere Beispiele lassen sich auch für Bereiche wie Industrie, Landwirtschaft, Medizin, Fitness oder Unterhaltung aufzählen.

Miteinander betrachtet zeichnet sich das Internet der Dinge durch drei neue Qualitäten aus:

1. Es ist allgegenwärtig, da es uns in allen Lebenskontexten begegnet.
2. Es ist unsichtbar, da sich die eingebauten Chips und Sensoren unserer visuellen Wahrnehmung entziehen.
3. Und es ist autonom, da die Gegenstände oft ohne Zutun des Menschen interagieren.

[...]

Intelligente Lernumgebungen

Auch den Bildungsbereich wird das Internet der Dinge laut Einschätzung verschiedener Akteure aus Bildung, Wirtschaft und internationaler Presse gravierend verändern. Anwendungsszenarien sind bislang allerdings nur in Ansätzen erkennbar. Aktuell liegt der Schwerpunkt auf der Gestaltung intelligenter Lernsysteme, die das Lernen für die Schülerinnen und Schüler einfacher, individueller und effektiver machen sollen. Diese Smart Learning Environments (SLEs) sind physikalische Räume, die mit digitalen Geräten und Sensoren ausgestattet sind und eine nahtlose Verbindung von virtuellen und realen Umgebungen ermöglichen. Solche Lernsettings passen Inhalte und Vermittlungsmethoden ganz individuell an die Lernbedürfnisse der einzelnen Lernenden an. Sie berücksichtigen die jeweiligen Interessen und Vorlieben, zum Beispiel verschiedene Formate wie Text oder Video, sie bieten Raum für Austausch mit Anderen und für Experimente, sie geben personalisiertes Feedback und Hilfestellungen und sie können über verschiedene Kanäle und Geräte mit dem Nutzer interagieren.

Besonders auch für Schülerinnen und Schüler mit Beeinträchtigungen birgt das Internet der Dinge Chancen. Mittels intelligenter Lernumgebung können sie genau auf ihre Arbeitsschwerpunkte abgestimmte Lerninhalte, Formate und Vermittlungsmethoden abrufen und in ihrem eigenen Tempo lernen. Denkbar sind auch Geräte, die diese Nutzerinnen und Nutzer individuell erkennen und sich auf sie einstellen, beispielsweise mit einer größeren Schriftart. IoT kann also unterschiedliche Dispositionen von Lernenden innerhalb einer Klasse ausgleichen.

Was macht das Internet of Things mit unseren Daten?

Damit SLEs funktionieren, müssen sie kontinuierlich mit Wissen über ihre Nutzerinnen und Nutzer gefüttert werden. Dazu gehören Qualifikationen, Lernziele und -schwächen, bevorzugte Lernmethoden, persönliche Interessen, der Aufenthaltsort und vieles mehr. Die SLEs müssen sich in einem konstanten Austausch mit dem oder der Lernenden befinden, beispielsweise um die Problembereiche zu identifizieren oder das Erreichen der Lernziele zu überprüfen. Das bedeutet die fortwährende Erhebung, Verarbeitung und Speicherung personenbezogener Daten. In Deutschland herrschen hierfür strenge Auflagen. Der IoT-Bereich sprengt die bisherige Gesetzgebung jedoch: Ist alles miteinander vernetzt und arbeitet autonom und unsichtbar, fehlt die Möglichkeit der individuellen Zustimmung über die Verarbeitung der persönlichen Daten. Auch ist unklar, was mit ihnen genau passiert und zu welchem Zweck sie erhoben werden. Das Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung wird so teilweise ausgehebelt. Hier muss juristisch nachgebessert werden, wobei sich die Frage stellt, inwieweit eine lückenlose Gesetzgebung und seine einwandfreie Anwendung beim Internet der Dinge überhaupt praktikabel ist.

Ein weiterer Knackpunkt ist die Datensicherheit. Je mehr Daten die Nutzerinnen und Nutzer (unwissentlich) preisgeben, umso verwundbarer sind sie, wenn diese gehackt und missbraucht werden. Es geht um Überwachung, Fremdsteuerung und individuelle Angreifbarkeit. Persönliche Lehr- und Lernprozesse könnten eingesehen und sensible Daten missbraucht werden. Gleichzeitig werden wir immer abhängiger von Technologie und damit auch immer anfälliger, sollte sie einmal versagen. Fällt die intelligente Lernumgebung oder fallen Komponenten davon aus, ist der geplante Fortgang des Unterrichts nicht möglich. Nicht zuletzt stellt sich auch die Frage, inwieweit das soziale Miteinander im Klassenraum angesichts zunehmender technisierter Kommunikation und ortsunabhängigem Lernen ins Hintertreffen geraten wird. [...]

Unsere Gesellschaft könnte vom Internet der Dinge profitieren. Es bringt Schnelligkeit, Effizienz, Bequemlichkeit, Effektivität, Sicherheit, Spaß und Unterhaltung. Dabei dürfen aber Datensicherheit, individuelle Datenhoheit und die Souveränität über Unterricht und Lehrerkompetenzen über den technologischen Bereich hinaus nicht auf der Strecke bleiben.

Quelle: <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/237771/das-internet-der-dinge-in-der-bildung> [27.06.2023].

INFOBOX

Enzyklopädie Brockhaus: umfangreiches Nachschlagewerk

Thema 3: Wissen und Wahrheit

Aufgabe 1

Fake News

Verfassen Sie eine Meinungsrede.

Situation: Als Mitglied der Schülervertretung sind Sie von der Demokratiewerkstatt dazu eingeladen, bei einer Podiumsdiskussion zum Thema *Wissen und Wahrheit* vor Schülervertretungen aus ganz Österreich die Auftaktrede zu halten, für die Sie auch einen passenden Titel formulieren.

Lesen Sie den Beitrag *Fake News – die Macht der Falschmeldungen* von Sonja Kolonko, der auf der Website *Planet Wissen* am 8. Juli 2020 erschienen ist (Textbeilage 1).

Verfassen Sie nun die **Meinungsrede** und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- Geben Sie wieder, was laut Textbeilage unter Fake News verstanden wird.
- Setzen Sie sich mit möglichen Auswirkungen von Fake News auf die Gesellschaft auseinander.
- Machen Sie Vorschläge für Maßnahmen gegen Fake News.

Schreiben Sie zwischen 540 und 660 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.

Aufgabe 1 / Textbeilage 1

Medien

Fake News – die Macht der Falschmeldungen

Nicht alles, was in der Zeitung steht, ist richtig – aber nicht jede Falschmeldung ist gleich „Fake News“. Fake News, zu deutsch „gefälschte Nachrichten“, verfolgen ein Ziel. Sie sollen Stimmung machen und getarnt als seriöse Nachrichten unsere Gefühle manipulieren.

Von Sonja Kolonko

Was kennzeichnet Fake News?

„Merkel hofft auf 12 Millionen Einwanderer“ – „Neue Studie belegt: Ungeimpfte Kinder haben signifikant weniger gesundheitliche Probleme“ – das sind Falschmeldungen. Sie sind auf den ersten Blick kaum zu erkennen.

Deshalb sind Fake News so gefährlich: Obwohl die Fakten darin nicht stimmen, werden sie über die sozialen Netzwerke immer weiter verbreitet und schließlich als wahr akzeptiert.

Für den deutschen Medienforscher Alexander Sänglerlaub ist die Absicht hinter der Nachricht entscheidend. Fake News seien „gezielt verbreitete falsche oder irreführende Informationen, die jemandem – also einer Person, Gruppe oder Organisation – Schaden zufügen sollen. Das Ziel der Fake-News-Verbreiter ist entweder politisch motiviert, indem Einfluss auf die öffentliche Meinung ausgeübt werden soll, oder ökonomischer Natur, wenn es darum geht, Menschen auf Webseiten zu locken, mit deren Klickzahlen sich Geld verdienen lässt“.

Falsche Meldungen gab es in den Medien schon immer. Am 13. April 1964 wurde die Nachricht verbreitet, der sowjetische Ministerpräsident Chruschtschow sei vier Tage vor seinem 70. Geburtstag an den Folgen einer „akuten Hephocapalytirosis“ verstorben.

Dabei erfreute sich Chruschtschow nicht nur bester Gesundheit – auch der Name der angeblichen Krankheit war frei erfunden. Eine klassische Zeitungssente also, die sich in Windeseile in den Medien ausbreitete, weil die Journalisten nicht gründlich recherchiert hatten und einer vom anderen abschrieb.

Um Fake News allerdings handelte es sich nicht, weil die Meldung ohne manipulative Absichten verbreitet wurde.

Wie entstehen Fake News?

Am Anfang von Fake News steht oft eine tatsächliche Nachricht, die entweder missverständlich oder ungenau formuliert ist. Schuld sind dann zum Beispiel unprofessionelle Pressemitteilungen oder journalistische Flüchtigkeitsfehler.

Und: Online werden viele Artikel bewusst mit reißerischen Überschriften versehen, damit sie von vielen Nutzern angeklickt werden. Oft teilen die Nutzer die Texte mit ihren Freunden, obwohl sie nur die Überschriften gelesen haben. Bei Twitter etwa wird mehr als die Hälfte aller Beiträge weitergeleitet, ohne dass der Text überhaupt geöffnet wurde, zeigte eine Studie der Columbia University. Hintergründe und Nuancen eines Themas fallen so unter den Tisch.

Sogar komplett erlogene Fake News machen regelmäßig die Runde. Dass Papst Franziskus im US-Wahlkampf Donald Trump unterstützt habe oder dass das Landratsamt in Bad Eulen Asylbewerbern einmal die Woche Sexbesuche von Prostituierten bezahle – diese Meldungen entbehren jeder Grundlage.

Nicht einmal Videoclips sind mehr sicher. Mit speziellen Computerprogrammen lassen sich bewegte Bilder inzwischen täuschend echt manipulieren. Politikern wie Privatpersonen können damit Zitate in den Mund gelegt werden, die diese in Wirklichkeit nie gesagt haben. Für das bloße Auge sind die Veränderungen der Lippenbewegungen nicht mehr zu erkennen.

Und Fake News sind erfolgreich. Gerade weil sie an niedrigere Instinkte appellieren und emotionale Reizthemen behandeln, über die sich jeder sofort empören kann, verbreiten sie sich rasant: bis zu sechsmal schneller als wahre Nachrichten, wie die US-Universität MIT in einer Studie herausfand. Beliebte Themen sind zum Beispiel Gewalttaten, Missbrauch, das Impfen, die Flüchtlingskrise.

Durch häufiges Teilen erreichen die Fake News erstens immer mehr Nutzer, was zweitens wiederum ihre Glaubwürdigkeit erhöht. Denn wenn ein Beitrag schon hunderttausendfach weitergeleitet wurde, muss er ja stimmen – so die Annahme.

Wie viel Wahrheitsgehalt dabei tatsächlich in der Meldung steckt, ist zweitrangig. Und sind die Texte einmal im Netz unterwegs, werden sie schnell von politischen Akteuren aufgegriffen und für deren ideologische Kampagnen instrumentalisiert.

Besonders brisant: Die Verfasser solcher bewusst falschen Nachrichten sind oft gar keine Menschen, sondern Computerprogramme namens „Social Bots“. Sie sind inzwischen technisch so ausgereift, dass sie genau vorhersagen können, wie eine gefälschte Nachricht beschaffen sein muss, um möglichst viele Menschen zu erreichen.

Warum Fake News gefährlich sind

So können die Social Bots Stimmung für oder gegen politische Ansichten machen und die öffentliche Meinung gezielt beeinflussen. Denn je häufiger emotional besetzte Themen in den Medien auftauchen, desto mehr verstärkt sich bei den Nutzern das Gefühl der Bedrohung.

Gezielt gestreute Desinformationen können also die politische Meinungsbildung steuern und sogar das Vertrauen der Bevölkerung in bestimmte Institutionen oder die Demokratie selbst zerstören.

Kein Wunder also, dass viele Experten überzeugt sind: Das Geschäft mit Social Bots und Fake News ist inzwischen gigantisch. Sie vermuten, dass chinesische, russische und englischsprachige Anbieter gegen Geld auf viele öffentliche Diskussionen in der westlichen Welt und in den sozialen Netzwerken Einfluss nehmen.

Ganze politische Kampagnen lassen sich so kaufen, hat die Sicherheitsfirma Trend Micro recherchiert. Eine Beeinflussung von Wahlen etwa kostet 400.000 Dollar, das Anstacheln von Protesten 200.000 Dollar, berichtet tagesschau.de.

[...] Der Einsatz der Lüge für politische Propaganda ist nicht neu. Fake News aber treffen heute auf eine veränderte Medienlandschaft: Auf der einen Seite ist die Flut der online verfügbaren Nachrichten gigantisch; auf der anderen Seite gibt es durch Sparzwänge weniger klassische Medien, die Falschnachrichten entlarven und eine Gegendarstellung liefern könnten.

Längst hat das Verhältnis zwischen den traditionellen Medien und ihren Nutzern in Deutschland Risse bekommen. „Es gibt offensichtlich bei großen Teilen der Bevölkerung die Wahrnehmung: Das sind nicht ihre Medien, wenn sie Tagesschau gucken oder Zeitung lesen“, sagt der Leipziger Medienwissenschaftler Uwe Krüger.

So sind die Nutzer oft auf sich selbst gestellt. Welcher Zeitung, welcher Webseite kann ich vertrauen? Wen halte ich für ehrlich, wer sagt mir die Wahrheit? [...]

Quelle: https://www.planet-wissen.de/kultur/medien/fake_news/index.html [27.06.2023].

Thema 3: Wissen und Wahrheit

Aufgabe 2

Propaganda

Schreiben Sie eine Zusammenfassung.

Situation: Im Deutschunterricht setzt sich Ihre Klasse bzw. Ihr Kurs mit dem Thema *Propaganda* auseinander. Für Ihre Mitschüler/innen bzw. Kurskolleginnen und -kollegen fassen Sie ein Interview mit einem Historiker zusammen.

Lesen Sie das Interview *Erlöse uns* mit Rainer Gries aus der Online-Ausgabe der Zeitschrift *fluter* vom 16. Juni 2017 (Textbeilage 1).

Schreiben Sie nun die **Zusammenfassung** und bearbeiten Sie dabei die folgenden Arbeitsaufträge:

- Geben Sie wesentliche Merkmale von Propaganda wieder.
- Beschreiben Sie die in der Textbeilage angeführten Gründe, warum Propaganda funktioniert.
- Nennen Sie die von Rainer Gries erwähnten Maßnahmen gegen die Wirkung von Propaganda.

Schreiben Sie zwischen 270 und 330 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.

Aufgabe 2/Textbeilage 1

Erlöse uns

Überall auf der Welt glauben die Menschen an bestimmte politische Ideen. Ein Gespräch mit dem Historiker Rainer Gries über unsere Schwächen – und darüber, wie wir stark bleiben, um Propaganda zu widerstehen

Interview: Oliver Gehrs

fluter: *Herr Gries, was macht die Menschen für Propaganda empfänglich?*

Rainer Gries: Wir wollen umworben werden. Der Mensch wünscht sich persuasive Kommunikation. Der Begriff stammt vom lateinischen Wort für „überreden“ ab. Der Wunsch, umschmeichelt zu werden, ist Teil unserer Psyche. Zudem sind wir anfällig für Botschaften, die uns Vereinfachungen liefern, Welterklärung.

Ist man immer nur Opfer von Propaganda, oder trägt man selbst dazu bei?

Zum System gehört, dass mehrere Akteure im Spiel sind. Der Absender und die Adressaten sind beide Akteure. Wenn wir heute über Populisten sprechen, sind wir geneigt, nur auf die Produzenten einfacher Botschaften zu schauen, und vergessen das Publikum, das Volk, lateinisch eben *populus*. Das muss mitspielen.

Aber es empfängt doch nur.

Oft wird unterteilt in den aktiven Führer und die passiv Geführten oder Verführten. Das ist eine verkürzte Sichtweise, die in der Nachkriegszeit auch der Entlastung diente. Man schob alles auf den Führer und nahm sich selbst

als Akteur aus der Schusslinie. So musste man seinen eigenen Anteil an den Verbrechen nicht hinterfragen. Aber bei Propaganda gilt: Es kommt darauf an, dass wir mitmachen. Wenn wir es nicht tun, ist sie machtlos.

Im 19. Jahrhundert wurde der Begriff der „Propaganda der Tat“ geprägt. Es geht also nicht nur ums Reden.

Vor allem die radikale Tat gehört zur Propaganda. Aktionen, die aufhorchen lassen, bringen Achtung. Hitler hat gesagt, dass Gewalt und Grausamkeit imponieren. Und das gilt selbst für die Angegriffenen. Zu Beginn des Nationalsozialismus haben sich nach Saalschlachten, bei denen sich politische Gegner mit den Nazis prügeln, besonders viele dieser Verprügelten bei der SA gemeldet. [...]

Es gibt diesen Reflex, sich mit dem Aggressor zu identifizieren, um sich selbst stärker zu fühlen. [...]

Welche Menschen sind dafür besonders empfänglich?

Menschen aus problematischen Umfeldern, die in ihrer persönlichen Situation herausgefordert sind. Für sie ist das ein Angebot, mit einer gefühlten Hoffnungslosigkeit umzugehen oder [...] mit gefühlten Abstiegsängsten.

Jemand vermeintlich Starkem zuzujubeln erscheint so als Rückgewinnung eigener Macht und Stärke.

Postfaktisch, Fake News, alternative Fakten: Ist es bei Propaganda zunehmend egal, ob die Botschaften der Wahrheit entsprechen?

Bei der Abwägung, was wahr und was effizient ist, entscheidet sich die Propaganda immer für die Effizienz. Das ist auch der Unterschied zur Werbung. Die darf von der Wahrheit nicht zu weit entfernt sein, sonst kaufen die Konsumenten ein Produkt nur einmal. Dagegen muss sich die politische Werbung um die Wahrheit ihrer Botschaft nicht so sehr kümmern, weil das Einlösen der Versprechen in weiter Zukunft liegen kann oder womöglich gar nicht stattfindet. Und dennoch bleiben die Menschen bei der Stange.

Wenden sich die Menschen nicht von Politikern ab, die ihre Versprechen brechen?

Nicht unbedingt. Man kann das mit der Enttäuschung beim Kauf eines mangelhaften Produkts vergleichen. Wenn Sie ein Auto gekauft haben, das schon nach kurzer Zeit Macken hat, werden Sie Ihren Freunden trotzdem erzählen, dass der Wagen gar nicht

so schlecht ist. Niemand will, dass seine Entscheidung durch eine Enttäuschung im Nachhinein delegitimiert wird. Wenn Sie sich eingestehen, falsch entschieden zu haben, geht der erlösende Moment der Aktion verloren. In den sozialen Medien werden ohne Unterlass Botschaften versendet, die Abstiegsängste oder Fremdenhass befeuern.

Ist das Internet das Propagandamedium der Stunde?

Es ist tatsächlich ein Problem, wenn die öffentliche Diskussion über das, was wahr ist oder erwünscht, zunehmend in den Echokammern, den filter bubbles der sozialen Medien stattfindet und man nicht mehr mit Andersdenkenden in Kontakt kommt. Dennoch muss man berücksichtigen, dass zur „klassischen“ Propaganda auch Elemente von Macht und Gewalt gehören. Da bin ich trotz der verbalen Gewalt nicht so pessimistisch.

Wie wichtig sind für erfolgreiche Propaganda Feinde?

Es braucht nicht unbedingt Feinde, aber üble Bilder von den Anderen. Sie dienen der Überhöhung des Eigenen und der Denunziation des Gegners. Man zieht harte, radikale und unüberwindliche Grenzen gegenüber

den Anderen. Sie werden mit negativen Attributen versehen, verunglimpft und dämonisiert – bis hin zum Imperativ, dass sie vernichtet werden dürfen.

Hilft gegen Propaganda Bildung?

Absolut, denn dadurch kann man die Botschaften besser einordnen. Ich kann mich fragen, warum die eine oder andere Aussage gemacht wird, wie wahr sie ist, ob es nicht doch Alternativen gibt. Das muss ich aber jedes Mal wieder machen, es gibt keinen Schutzschild, der automatisch wirkt. Gegen Propaganda ist niemand gefeit. Ob Reklame oder politische Botschaften: Die um uns werbende Kommunikation ist allgegenwärtig.

Und oft vermittelt sie den Eindruck, man hätte keine Wahl.

Das Absolute ist ein Popanz der Propaganda. Sie lebt davon, eine Alternativlosigkeit vorzugaukeln. Deswegen ist es immer gut, wenn in der politischen Kommunikation Wege offen bleiben, man nicht das Miteinander abbricht und Mittelwege sucht. [...]

Wie kann man noch Gegenwehr organisieren?

Indem man sich klarmacht, wie das System funktioniert. Sich also vor Augen hält, was wir bis hierhin gesagt haben, und daraus

Schlüsse zieht, wie man mit den Angeboten, die täglich auf uns einprasseln, verantwortungsvoll umgeht. Wir können uns all diesen Botschaften nicht entziehen. [...] Aber ob wir Inhalte der Propaganda annehmen oder nicht, hängt letztlich von uns selbst ab. Wir sind keine Objekte, sondern Subjekte.

Aber doch nur, wenn man genügend Selbstbewusstsein hat und Bildung.

Was ist mit den anderen?

Die müssen auch durch politische Maßnahmen geschützt werden. Für die Menschen mit Abstiegsängsten, persönlichen Nöten oder Traumata, vor allem für junge Menschen, muss die Politik Sorge tragen. Es gilt, Geld in Bildungs- und Beschäftigungsangebote zu stecken und vor allem in die Jugend zu investieren. Damit entzieht man einfachen Botschaften und ihren Propagandisten den Nährboden.

Rainer Gries forscht zu „überredenden“ Kommunikationen im 20. Jahrhundert. Er hat Bücher über sozialistische Helden und zur Geschichte der politischen Massenbeeinflussung im 20. Jahrhundert geschrieben beziehungsweise herausgegeben.

Quelle: <https://www.fluter.de/erloese-uns> [27.06.2023].

INFOBOX

alternative Fakten: unwahre Aussagen; die Abgrenzung zu *Fake News* besteht in der Regel darin, dass diejenigen, die alternative Fakten verbreiten, zunächst meist selbst an den Wahrheitsgehalt ihrer Äußerungen glauben

Popanz: *hier* etwas vermeintlich Bedeutendes

postfaktisch: nicht auf anerkannten Tatsachen, sondern auf subjektiven Wahrnehmungen und ungeprüften Behauptungen beruhend