

Mögliche Textprodukte im Zentralabitur Englisch

Die Erstellung von Textprodukten ist Teil des Schriftlichen Abiturs im Fach Englisch in Schleswig-Holstein. Die nachstehenden Ausführungen bieten eine Orientierung für die Vorbereitung im Unterricht.

Die relevanten Kriterien zur Erstellung der verschiedenen Textprodukte sind sowohl textsortenspezifisch als auch kontextabhängig. Das Spektrum der im Zentralabitur möglichen Textprodukte umfasst sowohl solche mit vornehmlich kontextabhängigen Kriterien (z.B. *blog*) als auch solche, die neben kontextabhängigen Kriterien konkreter bestimmbare Kriterien aufweisen (z.B. *letter to the editor*).

Kontextabhängige Kriterien leiten sich maßgeblich aus den Vorgaben in der Aufgabenstellung ab. Die Aufgabenstellung konkretisiert in der Regel die Ausgestaltung der Texte (Sprache, Aufbau/ Struktur, Stil, Inhalt) in Bezug auf:

- Situation/ Schreibanlass
- Rolle
- Adressat/ Adressatenkreis
- gefordertes Textprodukt
- zu verwendendes Medium
- Schreibintention/ Zweck

Die Aufgabenstellung und das zu erstellende Textprodukt bestimmen zusammen die Schreibhandlung(en). Entsprechend kann eine Kurzgeschichte beispielsweise sowohl erzählender als auch berichtender, ein Blogbeitrag sowohl beschreibender als auch überzeugender Natur sein.

zentrale Schreibhandlungen	
ERKLÄREN - Informieren - Erläutern - Analysieren - Synthetisieren - Abwägen (eher objektiv) - (logisch) Strukturieren - Fakten, Zahlen, Zusammenfassungen aufführen - ...	BESCHREIBEN - Überblick geben/ Einordnen - Details anführen - Qualifizieren/ Quantifizieren (ggf. Sinne ansprechen) - ggf. poetische Sprache - ...
ÜBERZEUGEN - Erläutern - Abwägen (eher subjektiv) - Argumentieren - Begründen - Rechtfertigen - Appellieren - Leser zur Zustimmung einladen/ auffordern - zum Handeln explizit oder implizit aufrufen - ...	ERZÄHLEN - Konflikt/ Ereignis darstellen - Schauplatz situieren - Handlung entwickeln - Atmosphäre, Charaktere (Dialoge, Verhaltensweisen, Gedanken, Emotionen) schaffen - Erzählperspektive einnehmen - ...

Die Schreibhandlungen finden sich aufgrund ihres grundsätzlichen Charakters in den Kriterien der Textprodukte wieder. Schülerinnen und Schüler können damit bereits wesentliche Elemente der Textprodukte erfassen und umsetzen.

In der nachstehenden Übersicht finden sich die Textprodukte, die im Rahmen des Zentralabiturs Englisch möglich sind, sowie ihre wesentlichen Kriterien¹. Die gängigen Textprodukte sind als Überschriften angegeben; verwandte Textprodukte werden ggf. in der jeweils letzten Zeile ausgewiesen. Die hier angeführten Angaben zu Register und Schreibstil beziehen sich vornehmlich auf inhaltliche Aspekte; sprachliche Aspekte werden mit dem Beurteilungsbogen *Schreiben – sprachliche Leistung* bzw. dem Beurteilungsbogen *Sprachmittlung – sprachliche Leistung* erfasst.

¹ Für das Abitur im Profulfach können darüber hinaus weitere Textprodukte bei der Genehmigung eingereicht werden.

letters/ e-mails			
Textprodukte	personal letter/ e-mail	formal letter/ e-mail	letter to the editor
Funktion Intention(en) Absicht	- Kontaktaufnahme/ -pflege - Austausch von Informationen über Persönliches ...	- Anliegen vorbringen - Informieren - Erfragen von Informationen ...	- Reaktion auf einen Artikel/ ein Statement/ ein Zitat usw. - Ausdruck persönlicher Meinung (Kritik/ Anerkennung/ ...) ...
Adressat	bekannte private Person(en) (Familie, Freunde, ...)	bestimmte Person/ Personengruppe (Firma, Institution, ...)	anonyme, heterogene Leserschaft
strukturelle/ inhaltliche Aspekte	- Anrede - Schreibenanlass - Hauptteil (ggf. mit Absätzen) - Schluss (ggf. mit Grund für Beenden des Briefs) - Grüße und Name (kein Nachname, ggf. Spitzname) - ggf. Einfügen von <i>Emoticons</i> <u>Papierform:</u> - Adresse oben links - Adressat links - Datum rechts <u>elektronische Form:</u> - Betreffzeile - Mailadresse - ggf. Signatur	- Betreffzeile - offizielle Anrede - Einleitung mit Anliegen und ggf. Schreibenanlass - Hauptteil mit Absätzen - Schluss, Grußformel, Unterschrift mit vollem Namen <u>Papierform:</u> - Adresse oben links - Adressat links - Datum rechts <u>elektronische Form:</u> - Mailadresse - Signatur	- ggf. Betreffzeile - Anrede (<i>Sir or Madam,</i>) - direkte Bezugnahme auf Artikel, - ggf. Angabe des Autors, eigene Positionierung - Hauptteil (Absätze gemäß den betrachteten Aspekten) - Schluss (finales Statement, Appell, Positionierung, ...) - keine Grußformel - Name/ Pseudonym, Stadt
stilistische Aspekte	<u>Leserorientierung:</u> - gemäß Rollen-/ Adressatenvorgabe (persönlich, ggf. emotional) <u>Schreibhandlung(en):</u> - gemäß Aufgabenstellung	<u>Leserorientierung:</u> - gemäß Rollen-/ Adressatenvorgabe (sachlich, formell) - Berücksichtigung von Höflichkeitskonventionen <u>Schreibhandlung(en):</u> - gemäß Aufgabenstellung	<u>Leserorientierung:</u> - Interesse weckend, überzeugend - Berücksichtigung von Höflichkeitskonventionen <u>Schreibhandlung(en):</u> - Argumentieren - ggf. Überzeugen/ Appellieren
verwandte Textprodukte		<i>petition</i> <i>letter of complaint</i>	<i>comment</i>

Textprodukte	article	blog entry	report
Funktion Intention(en) Absicht	unabhängiger Text zu einem Thema als Teil einer Publikation - Informieren - Evaluiere - Unterhalten - Überzeugen ...	unabhängiger Text - Meinungen ausdrücken - Informieren - Erlebnisse/ Erfahrungen mitteilen - Überzeugen - Aufklären ... Antwort auf vorherigen Eintrag - Reagieren - Kommentieren ...	- Sachverhalte darstellen - Ereignisse darstellen - Projekte darstellen ...
Adressat	Leserschaft einer bestimmten Zeitschrift, einer Zeitung, eines Buchs oder einer Webseite	- Leserschaft bestimmter Webseite/ bestimmten Blogs - ggf. persönlich	bestimmte Person/ Personengruppe (Entscheidungsträger/in)
strukturelle/ inhaltliche Aspekte	- Titel (eingängig, ggf. plakativ) <u>Einleitung/ lead:</u> - Leseanreiz, Aufmerksamkeit erregend - Basisinformation/en <u>Hauptteil:</u> - relevante Aspekte/ Ideen - passende Beispiele - neuer Absatz für jeden Hauptpunkt (<i>topic sentences</i>) - ggf. Fakten, Zitate, ... <u>Schluss:</u> - Zusammenfassung/ Ausblick/ Appell/ ...	je nach Art und Qualität der Webseite - Benutzername - Datum/ (Uhrzeit) - Absätze/ Untertitel - ggf. interaktive Elemente/ Links/ Aufruf/ Einladung zu Leserkomentaren - ggf. Gruß am Ende (z.B. <i>travel blog</i>) <u>Spektrum:</u> - alle Lebensbereiche (z.B. Lifestyle, Kultur, Politik, Sport, Mode, ...)	- Empfänger (je nach Leserschaft) - Autor - Titel/ Thema/ Betreff - Datum - Einleitungssatz mit zentralen Informationen - Absätze - ggf. Zwischenüberschriften - Schluss (Zusammenfassung, Schlussfolgerung, Ausblick, ...)
stilistische Aspekte	<u>Leserorientierung:</u> - Interesse weckend - ansprechend - unterhaltsam - ggf. überzeugend <u>Schreibhandlung(en):</u> - gemäß Aufgabenstellung	<u>Leserorientierung:</u> - Interesse weckend - ansprechend - unterhaltsam - ggf. überzeugend <u>Schreibhandlung(en):</u> - gemäß Aufgabenstellung	<u>Leserorientierung:</u> - sachlich - präzise - formell <u>Schreibhandlung(en):</u> - Informieren - ggf. Argumentieren
verwandte Textprodukte	<i>opinion piece</i> <i>editorial</i> <i>comment</i>		

Textprodukte	<i>review</i>	<i>text for a brochure</i>	<i>continuation of a fictional text</i>
Funktion Intention(en) Absicht	• Bewerten/ Beurteilen eines Romans/ Films/ Konzerts/ Produkts hinsichtlich seiner Eignung für einen Anlass/ eine Person/ Personengruppe • Informieren • Beschreiben • Evaluieren • Empfehlen • ...	Öffentlichkeitsarbeit/ Vermarktung: • Informieren • Werben • Aufklären • Einladen zu Handlungen	• Unterhalten • Verarbeiten/ Bewältigen von Erlebtem • Bewegen • Provozieren • Auseinandersetzen mit Gesellschaft/ Politik/ Zeitgeschehen/ Erfahrungen • Problematisieren • Sensibilisieren • ...
Adressat	• interessierte Leserschaft/ Hörerschaft (je nach Medium)	• anonyme, heterogene Leserschaft oder definierte Zielgruppe	• anonyme, heterogene Leserschaft
strukturelle/ inhaltliche Aspekte	• Titel <u>Einleitung:</u> • Vorstellen des zu bewertenden Produkts/ der Veranstaltung • Interesse weckend <u>Hauptteil:</u> • Absätze gemäß betrachteten Kategorien • Fachwissen • Vergleiche • Einbau in Zusammenhänge • ggf. intertextuelle Bezüge • Darstellung lebhaft • Referenzdaten zum Produkt <u>Schluss:</u> • Gesamteindruck, Bewertung, Empfehlung	• plakativer Titel • erkennbare Absätze • Überschriften/ Untertitel • ggf. Nummerierungen • ggf. Schlagwörter	• Erzählanlass (Konflikt) • Orientierung • Komplikation • Auflösung • ggf. Schluss/ Moral <u>Aufgreifen genrespezifischer Strategien, z.B. Berücksichtigen von:</u> • Weiterentwicklung der Figuren • Plot • Rahmenhandlung/en • Vor-/ Rückblenden • Setting • Regieanweisungen • Erzählperspektive • Erzählzeit • ...
stilistische Aspekte	<u>Leserorientierung:</u> • Interesse weckend • ansprechend • überzeugend <u>Schreibhandlung(en):</u> • Argumentieren • Beschreiben	<u>Leserorientierung und -lenkung:</u> • Interesse weckend • ansprechend • überzeugend <u>Schreibhandlung(en):</u> • hauptsächlich Informieren oder Überzeugen/ Appellieren	<u>Schreibhandlung(en):</u> • in Anlehnung an die Textvorlage • stimmig
verwandte Textprodukte		• leaflet • advertisement	

<i>scripts</i>			
Textprodukte	<i>script for a speech</i>	<i>script for an introductory statement</i>	<i>script for a podcast</i>
Funktion Intention(en) Absicht	• Informieren/ Aufklären • Ehren/ Anerkennen/ Danken • Provozieren/ Problematisieren • Überzeugen • Motivieren: Werben/ Einladen • Unterhalten • ...	• Informieren • Berichten • Überblick geben • Hinführen • Problematisieren • Position(en) vorstellen • ...	• Informieren • Aufklären • Sensibilisieren • Problematisieren • Unterhalten • ...
Adressat	• Zuhörerschaft/ Publikum • gemäß Aufgabenstellung	• anonymes, heterogenes Publikum oder definierte Zielgruppe	• interessierte, heterogene Hörerschaft (ggf. gemäß Sender, Programm)
strukturelle/ inhaltliche Aspekte	• Begrüßung/ Anrede • ggf. Vorstellung des Redners • ggf. Ausblick auf Inhalte • Situationsbezug/ Redeanlass • direkte Ansprache • ggf. Einbindung von Zitaten • Abschluss/ Fazit gemäß Intention	• präzise Strukturierung • Begrüßung/ Anrede • ggf. Vorstellung eigener Person und anderer Teilnehmer • Vorstellung des Themas • Situationsbezug • Ausblick auf Inhalte • ggf. Fakten/ Anekdoten/ Beispiele • Ausblick • ggf. Überleitung zum Hauptteil	<u>Beginn:</u> • ggf. Anmoderation • ggf. Originalton (O-Ton) <u>Hauptteil:</u> • Präsentation wichtigster Fakten • Bezug zu/ Verweis auf Expertenmeinungen/ Statistiken • ggf. Augenzeugen/ O-Töne <u>Schluss:</u> • Abmoderation
stilistische Aspekte	<u>Zielgruppenorientierung:</u> • gemäß Rollen-/ Adressatenvorgabe • persönlich • ggf. emotional <u>Schreibhandlung(en):</u> • gemäß Aufgabenstellung • Berücksichtigung von Höflichkeitskonventionen	<u>Zielgruppenorientierung:</u> • Interesse weckend / ansprechend • motivierend • überzeugend <u>Schreibhandlung(en):</u> • Informieren • Argumentieren • Überzeugen	<u>Hörerorientierung und -lenkung:</u> • Interesse weckend / ansprechend • informierend • unterhaltend <u>Schreibhandlung(en):</u> • Beschreiben • Argumentieren • Informieren
verwandte Textprodukte		• script for an initial statement	• script for a TV documentary • script for a radio report