

**PARTE A2 – EJERCICIO PRÁCTICO**

**AUFGABE 1 – Hörverstehen.**

Sie hören gleich einen Podcast. Lesen Sie zuerst die Aufgaben, sie haben dafür zwei Minuten Zeit. Sie hören dann den Podcast mit einer kurzen Pause dazwischen zweimal hintereinander. Machen Sie sich während des Hörens Notizen. Beantworten sie nach dem Hören die Aufgaben. (4 Punkte)

**1. Beantworten Sie folgende Fragen mit ganzen Sätzen**

- 1.1. Vor wie vielen Jahren wurde Bertha Benz geboren? (0,25 Punkte)
- 1.2. Was wird in das Familienbuch eingetragen? (0,25 Punkte)
- 1.3. Wann heiratete Bertha Benz? (0,25 Punkte)
- 1.4. Was war Carl Benz von Beruf? (0,25 Punkte)
- 1.5. Welches Ziel verfolgte Carl Benz? (0,25 Punkte)
- 1.6. Was möchte Bertha Benz beweisen? (0,25 Punkte)
- 1.7. Was hat Angela Elis gemacht? (0,25 Punkte)
- 1.8. Wen nimmt Bertha Benz auf ihrer Fahrt mit? (0,25 Punkte)

**2. Ergänzen Sie jeweils das passende Wort (1 Punkt)**

- 2.1. Es ist ein 360 Kilogramm schweres \_\_\_\_\_, mit dem Bertha Benz zu ihrer \_\_\_\_\_ aufbricht.
- 2.2. \_\_\_\_\_ passierte ja auch was, so geht etwa der \_\_\_\_\_ aus, Tankstellen gibt es noch nicht.
- 2.3. Eine verstopfte Treibstoffleitung \_\_\_\_\_ sie mit ihrer Hutnadel, ein defektes Stromkabel \_\_\_\_\_ sie mit einem Strumpfband.
- 2.4. Wie der \_\_\_\_\_ funktioniert und wie technische Probleme zu lösen sind, das weiß sie aus unzähligen Stunden in der \_\_\_\_\_ gemeinsam mit ihrem Mann.
- 2.5. Diesen Part \_\_\_\_\_ Bertha, die sich auch unter anderem ihr \_\_\_\_\_ vorzeitig auszahlen lässt .

**3. Umschreiben Sie den unterstrichenen Ausdruck. (1 Punkt)**

- 3.1. ... immer wieder hat sie die Sache in die Hand genommen
- 3.2. ..., die einen pferdelosen Wagen steuert
- 3.3. ... gelingt die erste Fernfahrt
- 3.4. ... und jetzt Geld rauszupulvern für Autorennen

**4. Lesen Sie den Text und beantworten Sie die Fragen**

**BEEINFLUSST**

**Sänger, Schauspieler oder Sportler waren gestern: Heute sind Influencer die Stars der jungen Generation. Über eine komplexe Beziehung zwischen Vertrauen und Manipulation.**

Ob Beautyqueen oder Gamingprofi: Die Idole aus der Social-Media-Welt sind in den Kinderzimmern allgegenwärtig. Schon mit zehn Jahren haben sieben von zehn Kindern einen Lieblingsinfluencer. „Sie sind Vorbilder für viele Kinder, die die Influencer im Extremfall sogar zu ihrem Freundeskreis zählen. Dadurch nehmen sie eine besondere Rolle ein, mit der sie verantwortungsvoll umgehen sollten“, sagt die Kommunikationswissenschaftlerin Nadja Enke. Tatsächlich hätten Influencer durchaus positiven Einfluss auf ihre Follower. Sie ermöglichen ein Zugehörigkeitsgefühl, sprächen über wichtige Themen wie Vielfalt und Nachhaltigkeit. Oder sie zeigten politisches Engagement – wie YouTuber Rezo, dessen Video „Die Zerstörung der CDU“ vor der Europawahl 2019 viral ging.

Doch die Influencer verbreiten auch gezielte Werbebotschaften. Im Auftrag von Unternehmen posieren sie in Markenkleidung, benutzen teure Gesichtscremes oder rühren Kuchen oder Proteinpulver an. Etliche vermarkten auch eigene Produkte. Besonders beliebt: Energydrinks und Limonaden. Die süßen Getränke sprechen Kinder natürlich an – ein Dorn im Auge von Verbraucherschutzorganisationen wie Foodwatch. So versteckten sich den Experten zufolge in dem Eistee des YouTubers Julien Bam pro Dose etwa acht Würfel Zucker. Und der Energydrink des Streamers Montana Black enthalte circa 160 Milligramm Koffein, das Äquivalent von drei Tassen Kaffee!

Rechtlich bewegen sich die Influencer in einer Grauzone. Werbung, die auch Kinder anspricht, unterliegt besonderen Anforderungen. Doch online gestaltet sich die Regulierung schwierig. Hinzu kommt: Offiziell erreichen Influencer einen Teil dieser schutzbedürftigen Gruppe gar nicht. Die Nutzung der Netzwerke ist je nach Plattform nämlich erst ab 13 oder 16 Jahren erlaubt. In der Praxis aber gibt es keine adäquate Überprüfung.

Neben den Influencern müssten auch die Plattformen in die Pflicht genommen werden, meint Messerschmidt: „Ich bin für eine konsequente Altersbeschränkung ab 16, die auch wirklich überprüft wird, wie beim Postident-Verfahren. Aber keiner hat Interesse daran.“ Solange das so sei, helfe nur: Kindern gutes Werkzeug mit an die Hand geben. „Vor allem auch ein ethisches Grundgerüst und ein gesundes Misstrauen gegenüber Versprechen“, sagt die Influencerin. „Und dann kann man irgendwann eigentlich nur darauf vertrauen, dass es gutgeht.“ Die Hoffnung ist nicht unbegründet, das bestätigen auch Nadja Enkes Forschungsergebnisse: „Viele Kinder entwickeln einen kompetenten und reflektierten Umgang mit Influencer-Inhalten: durch zunehmende Nutzungserfahrung und die richtige Lernbegleitung.“

(adaptiert aus Bildungsmagazin sonar)

**4. 1. Beantworten Sie die Fragen (3 Punkte)**

4.1.1. Welche Rolle spielen Influencer bei Kindern?

4.1.2. Welchen positiven Einfluss haben Influencer auf Kinder und welche Gefahren werden genannt?

**4.2. Nennen Sie Synonyme für folgende Wörter aus dem Text (1 Punkt)**

4.2.1. Follower

4.2.2. allgegenwärtig

4.2.3. Unternehmen

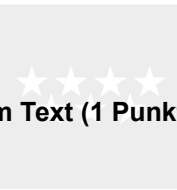
4.2.4. überprüfen

**4.3. Erklären Sie folgende Ausdrücke aus dem Text (1 Punkt)**

4.3.1 Grauzone

4.3.2. ein Dorn im Auge

**5. Planen Sie eine Unterrichtseinheit, um den kritischen Umgang mit Inhalten in Social Media bzw. von Influencern zu fördern. Nennen Sie dabei auch Methodologien, die Sie einsetzen würden. (1 Punkt)**



COMUNIDAD DE MADRID

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y UNIVERSIDADES

REPOSICIÓN

PROCESO SELECTIVO DE MAESTROS 2024