



ZÁPADOČESKÁ
UNIVERZITA
V PLZNI

FAKULTA PEDAGOGICKÁ ZČU v Plzni
Katedra německého jazyka
Chodské nám. 1
306 14 PLZEŇ

Beurteilung der Bachelorarbeit von Aneta Radová zum Thema:
Fremdsprachige Elemente in der Werbung

Frau Radová konzentrierte sich in ihrer Bachelorarbeit auf eine der aktuellen Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache.

Die Bachelorarbeit ist inhaltlich gut aufgebaut. Im theoretischen Teil werden alle wichtigen Begriffe aus dem gewählten Bereich erklärt, die Verfasserin nennt die Gründe für die Entlehnung fremden Wortgutes mit ihren Vor- und Nachteilen und widmet sich kurz der Charakteristik der Werbesprache. Sie beschreibt außerdem die Bausteine der Werbung, die sie dann im praktischen Teil einzeln auf das Vorkommen der Fremdwörter untersucht. Als Quelle für die Analyse dienten die Werbeanzeigen aus verschiedenen Ausgaben des Magazins Spiegel.

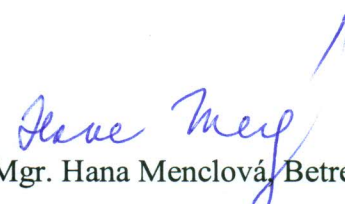
Das Literaturverzeichnis enthält wichtige Quellen zum gewählten Thema und zeugt davon, dass sich die Studentin mit ihrer Aufgabe sorgfältig auseinandergesetzt hat. Übernommene Inhalte werden korrekt zitiert.

Sprachlich ist die Arbeit auf einem hohen Niveau und entspricht der Stufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens.

In der Arbeit kann man insgesamt nur wenig beanstanden. Auf S. 22 wird bei den Wörtern *Boss*, *Stress* die neue Rechtschreibung nicht beachtet, auf S. 29 wurde aus Versehen der Ausdruck *Lehnwörter* mit *Entlehnungen* verwechselt. Im praktischen Teil sind einige Kommentare ungenau – nicht immer muss man nach einem Einwort-Äquivalent suchen, nicht immer ist der Anglizismus kürzer als seine deutsche Entsprechung wie z. B. bei *Kokain-Dealer*. Die Arbeit fällt trotzdem insgesamt positiv aus.

Die Bachelorarbeit von Frau Radová wird den Anforderungen an eine Abschlussarbeit im Bachelorstudium durchaus gerecht. Ich bewerte sie daher mit der Note **eins/výborně**.

Plzeň 2. 6. 2015


Mgr. Hana Menclová/Betreuerin