



FAKULTA PEDAGOGICKÁ
ZÁPADOČESKÉ
UNIVERZITY
V PLZNI

Katedra německého jazyka
Lehrstuhl für deutsche Sprache

GUTACHTEN ZUR MASTERARBEIT

Von: **Bc. Denisa Trefná**

Thema der Masterarbeit: **Sprachliche Analyse der deutschen Kinderwerbung**

BetreuerIn der Arbeit: **Mgr. Hana Menclová**

ZweitgutachterIn: **Dr. phil. Michaela Voltrová**

1. Beurteilungskriterien	Punkte maximal	Punkte erreicht
1. Logischer Aufbau der Arbeit <i>Leitfragen: Wie ist die Arbeit gegliedert? Ist die Gliederung aus formalen und inhaltlichen Kriterien schlüssig? Wie ist das Verhältnis zwischen theoretischem und praktischem Teil der Arbeit?</i>	10	10
2. Inhalt: Erfassung des Themas, inhaltliche Stringenz <i>Leitfragen: Wurde das gewählte Thema erschöpfend behandelt? Wie wird das gewählte Thema dargestellt? Werden die Forschungsfragen beantwortet? Wird der Inhalt der Arbeit dem Titel gerecht? Ist die Darstellung des gewählten Themas inhaltlich gelungen?</i> <u>[Bestehenskriterium: Bei kleinergleich 5 Punkten ist die Arbeit nicht positiv zu beurteilen.]</u>	20	7
3. Umgang mit der Primär- und Sekundärliteratur <i>Leitfragen: Wird einheitlich und nach allgemein gültigen Normen zitiert? Wurden die wichtigsten Werke der Fachliteratur zum gewählten Thema herangezogen und ausgewertet? Ist der Umfang der herangezogenen Fachliteratur ausreichend? Werden an allen Stellen der Arbeit die eingesehenen Werke der Primär- und Sekundärliteratur verlässlich ausgewiesen? Wird der Nachweis zur Befähigung, eine wissenschaftliche Arbeit zu verfassen, entsprechend der hierfür notwendigen formalen Kriterien erbracht (Auswahl der und Umgang mit den herangezogenen Quellen)? Werden direkte Zitate auch als solche ausgewiesen?</i> <u>[Bestehenskriterium: Arbeiten, in denen nachweislich Quellen nicht ausgewiesen werden (Plagiat), sind in keinem Fall positiv zu beurteilen.]</u>	20	12

4. Sprachbeherrschung und Stil der Arbeit Leitfragen: <i>Wie ist die sprachliche Qualität der Arbeit einzuschätzen? Gibt es Fehler, die das Verständnis der Arbeit wesentlich einschränken? Ist der Stil der Arbeit einer wissenschaftlichen Arbeit angemessen?</i> <u>[Bestehenskriterium: Arbeiten mit einer durchschnittlichen „Fehlerdichte“ (Grammatik, Orthografie) von größergleich 3 Fehlern pro Normseite sind nicht positiv zu beurteilen]</u>	20	15
5. Fähigkeit zur Argumentation, Darstellung der Ergebnisse Leitfragen: <i>Werden unterschiedliche Positionen zum gewählten Thema sinnvoll und hinreichend erörtert, miteinander abgewogen und verknüpft? Ist die Arbeit eher paraphrasierend oder werden auch eigenständige Leistungen erbracht? Sind die dargestellten Ergebnisse von Relevanz, weisen sie einen Neuigkeitswert (Originalität der Thesen) auf?</i> <u>[Bestehenskriterium: Arbeiten, die zum überwiegenden Großteil paraphrasierend und kompilierend verfasst wurden, aber keinerlei eigenständige Leistung aufweisen und dementsprechend in dieser Kategorie wenigergleich 5 Punkten erreichen, sind nicht positiv zu beurteilen]</u>	20	7
6. Erfüllen der formalen Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit Leitfragen: <i>Entspricht die Arbeit – abgesehen von der Zitierweise – den formalen Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit (Paginierung, Gliederung, Fußnoten, Anmerkungsapparat, Umgang mit Internetquellen)</i>	10	10
insgesamt	100	61

Notenskala: 100-90 – výborně (1), 89-79 – velmi dobře (2), 78-67 – dobře (3), 66-0 – nevyhovující (4)

2. Schriftliches Gutachten (mind. 15 Zeilen)

Frau Trefná wollte in ihrer Masterarbeit die „Sprache der ausgewählten deutschen Kinderwerbungen“ (s. S. 47) analysieren. Im ersten Teil der Arbeit wurde die Problematik theoretisch eingeführt, der zweite Teil beschäftigt sich mit der Analyse der ausgewählten Werbespots. Beide Teile wurden leider nicht angemessen bearbeitet:

1. Der erste theoretische Teil ist mit der Bachelorarbeit von Frau Trefná im Großen und Ganzen inhaltlich identisch. Auch wenn sich die Autorin diesem Thema schon in der Vergangenheit gewidmet hat, vermisst man eine detaillierte Themenbehandlung – z. B. über die sprachlichen Spezifika der Fernsehwerbung.
Die Hypothesen wurden sehr unklar formuliert, man kann sie nur schwierig verifizieren. Die Zitationen haben nicht immer die entsprechende Form (z. B. S. 19 unten, S. 17 unten).
2. Der praktische Teil der Arbeit bleibt leider auf dem eher laienhaften Niveau und bietet keine richtige Analyse an. Die Spezifika der gesprochenen Sprache oder der Fernsehwerbung (Farben, Töne, Musik, Sprechtempo, Pausen, suprasegmentale Ebene der Sprache, nonverbale Mittel der Kommunikation, Bilder etc.) werden gar nicht berücksichtigt, auch wenn diese in der Wahrnehmung der Werbung (und natürlich in den Strategien der Marketingagenturen) die wichtigste Rolle spielen. In der Arbeit findet man Texte der Werbespots, die die Verfasserin als „Transkribierung/en/ des Werbetextes“ (S. 8) bezeichnet, auch wenn sich um keine normierten Transkripte der gesprochenen Sprache handelt. Die

Texte werden beschrieben, dabei wird mit einer unklaren Terminologie gearbeitet, die nicht definiert wird – z. B. was ist ein „Satz“ in der gesprochenen Sprache? Wo ist seine Grenze? Was bedeutet „einfache Sprache“? Was sind „kurze Sätze“?...

Die Beschreibung ist gar nicht transparent, eine quantitative Analyse findet man in der Arbeit gar nicht. Die einzige quantitative Bewertung findet der Leser ganz unlogisch im letzten Teil der Arbeit (S. 46) – nach (!) dem interpretierenden Teil. Diese Bewertung ist leider nur zusammenfassend, der Leser wird gar nicht darüber informiert, welches Wort beispielsweise als Neologismus oder Anglizismus bezeichnet wurde (!).

Leider kann die Arbeit auch sprachlich kritisiert werden (z. B. *kann ... begreift werden* – S. 34, *Zusammensetzung von zwei Wörter* – S. 28, *Mit solchen Maßnahmen gezielt versucht wird* – S. 11).

3. Fragestellung zur Masterarbeit (fakultativ):

Die Masterarbeit von Frau Bc. Denisa Trefná wird hiermit mit *nevyhovující (4)* bewertet.

Name und Unterschrift des Gutachters:


Dr. phil. Michaela Voltrová

Datum: 5.6.2015