

Gutachten zur Bachelorarbeit von Jaroslava Bartovská

Thema:

„Werbung im kulturellen Vergleich: Bierwerbung in der Tschechischen Republik und in Deutschland“

Frau Bartovská widmet sich in ihrer Arbeit der Bierwerbung in der südwestböhmisches und bayerischen Region und zwar überwiegend unter dem Aspekt der Werbeslogans von sieben kleineren Brauereien dieser zwei Regionen, wo Bier zu den beliebten Getränken gehört. Die Autorin verbindet ihren Schwerpunkt mit der Beschreibung der Geschichte und der momentanen Situation der ausgewählten Brauereien. Für die Untersuchung wurden drei deutsche und vier tschechische Brauereien ausgewählt.

Die Arbeit hat eine logische und übersichtliche Struktur und eine entsprechende graphische Qualität. Auch wenn sich aus der Perspektive der Landeskunde sowie der Sprachwissenschaft um ein interessantes Thema handelt, müssen leider einige Punkte kritisiert werden.

Die methodologische Basis der Arbeit ist sehr „wackelig“, in der ganzen Arbeit findet man nur sehr selten, wie eigentlich vorgegangen wurde (z. B. S.20). Aus diesem Grunde können Zweifel an der Auswahl der einzelnen analysierten Slogans entstehen (s. unten Frage 2). Relativ oft hat Frau Bartovská geschrieben, dass sie die Werbung untersucht hat, auch wenn sie sich nur auf sieben Slogans (aus den Internetseiten) konzentriert. Einer der wichtigsten Kritikpunkte ist, dass die Analyse von drei deutschen und vier tschechischen Slogans gar nicht repräsentativ ist und die Ergebnisse nicht verallgemeinert werden können, wie dies die Autorin im abschließenden Teil der Arbeit tut (Kap. 6). Ganz gravierend ist diese Tatsache in der Tab. 1 (S.43).

Im Kapitel I (Die Entwicklung der Werbung) wird die Entwicklung relativ knapp beschrieben, es handelt sich hier eher um andere Aspekte, die aber zum Thema des Kapitels meines Erachtens nicht gerade gehören. Im Kapitel 4.1 würde man Daten oder Zahlen erwarten, die der Leser aber nicht findet.

Aus der formalen Perspektive ist nicht viel zu kritisieren, ganz erschreckend wirkt aber eine völlig falsche Anwendung der Bindestriche und der mit diesen verbundenen Leerzeichen, was für die ganze Arbeit charakteristisch ist (fast überall steht es unkorrekt, Beispiele findet der Leser unter anderem auf den Seiten: 6, 9, 10 oder 35, 36, 42).

Zu den problematischsten Punkten der Arbeit gehört sicherlich der ungenügende sprachwissenschaftliche Akzent, es fehlt an sprachwissenschaftlicher Literatur und manche linguistische Interpretationen der untersuchten Werbeslogans sind fraglich (z.B. S.39). Die fehlende linguistisch orientierte Literatur ist wahrscheinlich auch die Ursache eines groben Fehlers – die rhetorischen und stilistischen Figuren wurden als syntaktische Figuren bezeichnet (S.17f.). Es fehlt hier dazu noch die Quelle! Sehr komisch wirken auch die Definition der Metapher und der Metonymie, die „*Metapher – beschäftigt sich*“ und „*Metonymie – befasst sich*“ anfangen (S. 18).

Es fehlte nicht nur die sprachwissenschaftliche Literatur, auch in anderen Teilen der Arbeit hätte mit der Literatur besser gearbeitet werden können (in manchen Kapiteln wurde fast ausschließlich Publikation von Janich benutzt).

Manchmal findet der Leser in der Arbeit konkrete Behauptungen, die aber nicht bewiesen wurden oder es fehlt ihnen die Literaturquelle (z.B. der erste Satz auf der Seite 27). Dies betrifft auch die Aussage auf der Seite 42: „Eine weitere Funktion der ausgewählten Alltagssprache ist es, in den Menschen, das Gefühl des Stolzes und des Patriotismus zum Land zu erwecken.“

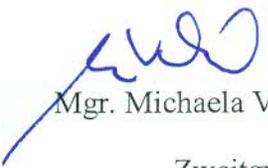
Fragen für die Verteidigung:

1. Was bedeutet für Sie der Ausdruck *Prestigesprachen* (S. 29)?
2. Erklären Sie bitte detailliert, wie Sie gearbeitet haben! (Auswahl der Brauereien, Auswahl der Slogans, warum nur Slogans aus den Internetseiten usw.)
3. S. 46 - Denken Sie wirklich, dass die Brauereien grenzüberschreitend kooperieren möchten?

Die Arbeit wurde auf einem sprachlichen Niveau geschrieben, das der Abschlussphase des Bachelorstudiums entspricht. Die ab und zu vorkommenden Fehler wirken eher als Tippfehler oder Kleinigkeiten, die übersehen wurden (z.B. S. 20: *im diesen Sinne*, S. 26: *ersten Erwähnungen (...) kommen*).

Aus den oben erwähnten Gründen bewerte ich die Arbeit noch mit der Note **gut (dobře - 3)**.

Pilsen, am 14.8.2012


Mgr. Michaela Voltrová
Zweitgutachter