



Gutachten zur Bachelorarbeit von Andrea Plzáková

Thema:

„Zum Thema der Werbesprache: Syntaktische Strukturen in deutschen Printmedien“

Frau Plzáková hat sich mit dem Thema der Werbung schon in ihrer ersten Bachelorarbeit beschäftigt, was leider ohne positives Ergebnis geendet hat. Ihre jetzige Arbeit ist sprachwissenschaftlich (genauer syntaktisch) orientiert und benutzt die Werbetexte eher als zu untersuchendes linguistisches Material.

Im theoretischen Teil der Bachelorarbeit findet der Leser die wichtigsten Fakten, die mit dem Thema im Zusammenhang stehen. Leider gibt es hier relativ wenige Informationen über syntaktische Spezifika im Bereich der Werbesprache. Die Autorin schreibt über mangelnde Literatur, was vielleicht mit Hilfe einer deutschen Bibliothek hätte gelöst werden können.

In manchen kleineren Unterkapiteln ist es nicht nötig zu schreiben, mit wem sich das jeweilige Kapitel beschäftigt. Manche Unterkapitel sind sehr kurz, man könnte darüber nachdenken, ob sie nicht verbunden werden könnten (z.B. in Kap. 4.2, 4.3 oder 4.4). Die Tabelle Nr. 1 (oder Text dazu) ist meines Erachtens überflüssig, es kommt zu einer Redundanz von weniger relevanten Informationen.

Der praktische Teil der Arbeit bietet interessante Informationen zum bearbeiteten Thema an. Die Tabellen im Anhang und das Kapitel 6, worin die Ergebnisse der Analyse interpretiert werden, zeigen, dass sich die Verfasserin mit dem empirischen Teil ihrer Bachelorarbeit wirklich detailliert und präzise beschäftigt hat. Auch die Menge der Slogans, die untersucht wurden, entspricht meiner Ansicht nach der Anforderung an Repräsentativität.

Fragen, die von der Autorin während der Verteidigung beantwortet werden können:

1. In welche Richtung könnte Ihrer Meinung nach die zukünftige Forschung im Bereich der Werbesprache gehen?
2. Könnten Sie bitte näher die Tabellen im Anhang beschreiben?
3. Die letzten zwei Absätze des Kapitels 5.2.2 haben keinen konkreten Kontext mit dem anderen Text. Welchen Sinn haben eigentlich diese Textteile?

Auch wenn in der letzten Phase die sprachliche Qualität der Arbeit deutlich verbessert wurde, findet man trotzdem sprachliche Fehler, die das allgemeine Niveau der Arbeit senken. Z.B.: S. 45 *Grafiker*, S. 17 *Bild gehört zu einer der vielen deutschen Zeitungen.*, S. 17 *Sonntag*, S.20 *Des Weiteren werden Satzarten und Satzformen näher beschreiben.* S. 29 ..., *die sich in der Abb. ?? befindet* (auf S. 29 finden wir diesen Fehler noch einmal), Gr. 2 *Kleibuchstaben, Grossbuchstaben*, S. 38 *Mit Hilfe von Satzäquivalente*, S. 38 u.a. *Print Medien*, S. 40 *...dass die Werbungsauswirkung auf Leser aller Alterskategorien möglichst am effektivsten ist* u.a. Beispielausdrücke oder Sätze, die analysiert wurden, sollten typographisch markiert sein (z.B. S. 29 oben).

Aus allen oben erwähnten Gründen bewerte ich die Arbeit mit „einer schwächeren Zwei“ – **velmi dobře – 2.**

Pilsen, am 22.7.2013


Mgr. Michaela Voltrová

Betreuerin der Arbeit