



ZÁPADOČESKÁ  
UNIVERZITA  
V PLZNI

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

## Beurteilung der Diplomarbeit von Denisa Trefná zum Thema: **Sprachliche Analyse der deutschen Kinderwerbung**

---

Frau Trefná setzte sich in ihrer Diplomarbeit zum Ziel, sprachliche Spezifika der Kinderwerbung zu analysieren.

Die Arbeit besteht aus dem theoretischen und praktischen Teil. Der theoretische Teil enthält die Erklärung wichtiger Begriffe aus dem Bereich der Werbung allgemein. Da sich aber Frau Trefná in der Analyse mit der Fernsehwerbung auseinandergesetzt hat, hätte sie sich theoretisch auch damit kurz beschäftigen sollen und auf deren Besonderheiten hinweisen. Die Werbung besteht in der Regel aus mehreren Bausteinen als nur dem Slogan. Diese weiteren Teile der Werbung (einschließlich des Produktnamens) werden hier jedoch nicht erwähnt. Man kann deshalb nur vermuten, dass z. B. die Absenz der Schlagzeile oder des Fließtextes vom Werbeträger abhängig sein könnte. Das Kapitel 2.2.1 hätte außerdem nicht als einziges Subkapitel dargestellt werden sollen. Da die Studentin die Werbung u. a. auf das Vorkommen verschiedener Satzarten untersuchte, hätte sie auch erklären sollen, was sie für einen Satz hält.

Mit dem zuletzt genannten Punkt (der Bestimmung eines Satzes) hängen nämlich Unklarheiten im praktischen Teil der Arbeit zusammen. Dieser Teil erweist sich insgesamt als problematisch. Die Studentin hat bestimmte Hypothesen aufgestellt, die sie in der Analyse systematisch hätte verfolgen sollen. Dadurch wäre ein einheitliches Verfahren bei jeder Werbung gewährleistet worden: die Verfasserin hätte somit gleiche Erscheinungen bei jedem Text verfolgt. Dies ist jedoch nicht passiert, denn z.B. in der Werbung 3.1 oder 3.11 erfährt man nichts über die syntaktischen Merkmale und Satzarten. Dafür wird die Wortbildungsstruktur mancher beliebigen Wörter kommentiert. Zu welchem Zweck?

Die einzelnen Erscheinungen werden in der Fernsehwerbung nicht nur nicht einheitlich erfasst, sondern sie werden auch nicht transparent klassifiziert. Man weiß nicht, wie viele einfache Sätze, Aussagesätze, Neologismen usw. in den einzelnen Werbetexten vorkommen. Man weiß auch nicht, was überhaupt als Satz betrachtet wird. Wird damit nur ein grammatisch wohlgeformter Satz gemeint oder eine Äußerung ohne finites Verb, ein Satzäquivalent? Es lässt sich gar nicht erkennen, worauf sich die Studentin stützt, was sie zählt, wenn sie die Ergebnisse der Analyse mit Hilfe von Graphen präsentiert und im Schlusswort zusammenfasst.

Sowohl die Werbetexte als auch deren anschließende Beschreibung enthalten Fehler. Der Imperativ von *werden* heißt nicht „*wird*“, das Wort „*Branntort*“ existiert nicht, es wurde mit *Brandort* (Substantiv + Substantiv) verwechselt. Das vermutliche Bestimmungswort „*Brannt*“ kann keinesfalls als Abkürzung des Partizips interpretiert werden. (Die Kurzwörter und Abkürzungen muss man außerdem auseinander halten!) Auch weitere Komposita werden falsch erklärt: *Selbstmach-Eis* enthält nicht die Kurzform von *Selbstmacher*, sondern es bezeichnet Eis zum Selbermachen. Die Ausdrucksweise ist z. T. nicht genau – was soll man unter dem Begriff „einfache Sprache“ verstehen? Die Studentin behauptet auf S. 47, dass in der Werbung kurze Sätze überwiegen. Auf welche Hypothese reagiert sie damit? Kurze Sätze müssen nicht immer einfache Sätze sein.

Die sprachliche Leistung in einer Abschlussarbeit im Masterstudium sollte der Stufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens entsprechen. Während der theoretische Teil der Arbeit dieses Niveau erreicht, weist der praktische Teil erhebliche sprachliche Mängel auf. Die Studentin verwendet regelmäßig nicht eingeleitete Konditionalsätze in solchen Satzgefügen, die einen kausalen Nebensatz erfordern. Dieser Fehler wiederholt sich fast in jeder Charakteristik der Werbung (S. 29, 30, 31, 32 ...). Im Text der Arbeit kommen außerdem Orthographie-, Deklinations- und Konjugationsfehler vor. In einigen Sätzen werden die Regeln der Wortstellung verletzt, manchmal wird auch eine falsche Konjunktion gebraucht (z. B. S. 34, 35).

Gegen die Auswahl der Sekundärliteratur lässt sich nichts einwenden, sie enthält wichtige Quellen zum gewählten Thema, die auch im Einklang mit der Norm zitiert werden.

Die vorliegende Diplomarbeit erfüllt nicht die Ansprüche an eine Abschlussarbeit im Masterstudium. Aufgrund der von mir beanstandeten Fehler bewerte ich sie mit der Note **vier**.

Plzeň 5. 6. 2015

  
Mgr. Hana Menclová, Betreuerin