



Katedra německého jazyka
Lehrstuhl für deutsche Sprache

GUTACHTEN ZUR MASTERARBEIT

Von: **Bc. Aneta Palánová**
Thema der Masterarbeit: **Die Wortbildung in der Werbesprache**
BetreuerIn der Arbeit: **Mgr. Hana Menclová, Ph.D.**
ZweitgutachterIn: **Prof. PhDr. Věra Höppnerová, DrSc.**

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 kleingleich 5 Punkten ist die Arbeit nicht positiv zu beurteilen.]</u>	20	19
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</u>	20	20

werden (Plagiat), sind in keinem Fall positiv zu beurteilen.]		
4. Sprachbeherrschung und Stil der Arbeit	20	19
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>		
[Bestehenskriterium: Arbeiten mit einer durchschnittlichen „Fehlerdichte“ (Grammatik, Orthografie) von größergleich 3 Fehlern pro Normseite sind nicht positiv zu beurteilen]		
5. Fähigkeit zur Argumentation, Darstellung der Ergebnisse	20	19
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>		
[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]		
6. Erfüllen der formalen Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit	10	10
Leitfragen: <i>Entspricht die Arbeit – abgesehen von der Zitierweise – den formalen Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit (Paginierung, Gliederung, Fußnoten, Anmerkungsapparat, Umgang mit Internetquellen)</i>		
insgesamt	100	97

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

2. Schriftliches Gutachten

Die vorliegende Masterarbeit von Aneta Palánová konzentriert sich auf die Wortbildung in der Werbung, um festzustellen, inwieweit sich der kreative Umgang mit der Sprache auf die Frequenz der einzelnen Wortbildungsarten in dieser Textsorte auswirkt. In Zentrum ihrer Untersuchung stehen die Substantive, da sie einerseits die meistgebrauchten Wortart in den Werbeanzeigen darstellen und andererseits über alle vorhandenen Wortbildungsarten im Deutschen verfügen.

Die Arbeit verfügt über eine klare und logische Struktur, die wichtigsten Begriffe werden erklärt oder mithilfe von Zitaten genau definiert. Die Auswahl der Sekundärliteratur bestätigt, dass sich die Verfasserin mit dem gewählten Thema sorgfältig auseinander gesetzt hat. Im theoretischen Teil widmet sie sich der Werbung und deren komplexen Charakteristik und bietet eine Übersicht über die deutschen Wortbildungsarten. Aufgrund der bisherigen linguistischen Erkenntnisse stellt sie Hypothesen auf und begründet sie. Im praktischen Teil

analysiert sie die Substantive aus 165 Werbeanzeigen. Die herausgesuchten Wörter wurden in Tabellen eingetragen und nach ihrer Wortbildungsart sortiert. Die erzielten Ergebnisse werden zum Schluss ausführlich ausgewertet und kommentiert. Die Arbeit wurde auf einem sehr guten sprachlichen Niveau verfasst.

Die vorliegende Masterarbeit erfüllt alle Anforderungen an eine Abschlussarbeit im Masterstudium durchaus und wird deshalb mit der Note **1 - výborně** bewertet.

3. Fragestellung zur Masterarbeit (fakultativ):

Kann man die Werbeanzeigen auch im DaF-Unterricht einsetzen? Wie?

Die Masterarbeit von Frau Bc. Aneta Palánová wird hiermit mit *výborně (1)* bewertet.

Name und Unterschrift des Gutachters:


Mgr. Hana Menclová, Ph.D.

Datum: 7.6.2017