

GUTACHTEN

zur Masterarbeit von Kristina W. Busch

Titel: „Vergleichende linguopragmatische
Charakteristik deutscher und russischer
Werbetexte (Kosmetikwerbung)“

Frau Busch hat im Rahmen ihres Masterstudiums am Lehrstuhl für deutsche Philologie der Philologischen Fakultät der Staatlichen Universität St. Petersburg (Fachrichtung: „Interkulturelle Kommunikation: deutsch-russischer Dialog“) unter der wissenschaftlichen Betreuung, Aufsicht und Anleitung von Dr. phil. Xenia R. Novozhilova eine Masterarbeit zum Thema „Vergleichende linguopragmatische Charakteristik deutscher und russischer Werbetexte (Kosmetikwerbung)“ gemäß den Richtlinien zur Erstellung einer schriftlichen Masterarbeit an der Staatlichen Universität St. Petersburg abgefasst.

Die Masterarbeit von Frau Busch stellt aus meiner Sicht einen gelungenen Versuch dar, deutsche und russische Werbeanzeigen in der Kosmetikbranche unter Einbeziehung einiger interkultureller Aspekte in sprachlich-pragmatischer Hinsicht zu charakterisieren und ferner eine vergleichende Analyse dieser Texte durchzuführen.

Unumstritten ist die Aktualität des von der Verfasserin gewählten Forschungsthemas, weil deutsche und russische Kosmetikwerbeanzeigen zum ersten Mal zum selbständigen Gegenstand der linguistisch-pragmatischen und kontrastiven Forschung werden.

Die Problemstellung, mit der sich die Verfasserin auseinandergesetzt hat, bestimmt auch das zweifache Untersuchungsziel, das Frau Busch zufolge in der pragmatischen Analyse der bereits erwähnten Werbetexte bestehe, die als

Grundlage für die weitere komparative bzw. kontrastive Forschung an diesem Material angesehen wird.

Die Arbeit beinhaltet eine knappe Einleitung, einen theoretischen und einen praktischen Teil, eine gedrängte Zusammenfassung, der ein Verzeichnis der von Frau Busch herangezogenen wissenschaftlichen Arbeiten, Wörterbücher und Internetquellen folgt. In ihrer Abhandlung bezieht sich Frau Busch insgesamt auf 75 Quellen verschiedener Art, darunter 51 in deutscher Sprache. Die Masterarbeit umfasst 111 Seiten.

Ihre Ausführungen begründet Frau Busch durch eine fundierte und sorgfältige Analyse 37 deutscher und 45 russischer Anzeigen, die für kosmetische Waren werben. Die Untersuchung ist synchron angelegt, auf jedwede diachrone Analyse musste Frau Busch insofern verzichten, als ein solches Vorhaben den eigentlichen Rahmen der Masterarbeit zweifellos gesprengt hätte. In ihrer Arbeit bedient sich die Verfasserin folgender Forschungsmethoden: Interpretation, Kontrastive Analyse, Kontextanalyse und Befragung. Natürlich kommen auch solche allgemein-wissenschaftlichen Methoden hinzu wie Beobachtung, Verallgemeinerung und Klassifizierung.

Als theoretische Grundlage der vorliegenden Masterarbeit sind Schriften von europäischen und russischen Linguisten anzusehen, deren Augenmerk der Werbesprache, Textlinguistik und der Linguistischen Pragmatik gilt (A. Romanov, E. Medvedeva, S. Marotschkina, J.S. Schmidt, J. Searle, K. Brinker, B. Sowinski u.a.).

Das Ziel der Arbeit bestimmt notwendigerweise deren Struktur, in der sich die von der Verfasserin gestellten Teilaufgaben widerspiegeln. Dementsprechend wird versucht, das Phänomen „Werbung“ genauer zu beschreiben, der Werbung eine bestimmte

Stelle in der Kommunikation zuzuweisen, die zu analysierenden Werbeanzeigen textlinguistisch und sprachpragmatisch zu erfassen sowie sie kontrastiv zu analysieren, wobei deren Aufbau und Strukturelemente unter Berücksichtigung der Text-Bild-Beziehung erforscht werden.

Die vorliegende Masterarbeit weist viele Vorteile auf. Die durchgeführte Untersuchung ist umfassend und wissenschaftlich korrekt. Die Arbeit von Frau Busch leistet einen wesentlichen Beitrag zur kontrastiven Textlinguistik und Sprachpragmatik auf dem Gebiet der Werbesprache und. Allerdings gibt die Masterarbeit von Frau Busch auch einige Anlässe zu kritischen Fragen und Bemerkungen, die den zweifellos hohen Wert der Masterarbeit keineswegs schmälern sollen.

1. Unter den Forschungsmethoden wird auch die Mathematische Statistik erwähnt, aber der mathematische Apparat, der in der Arbeit angewandt wird, lässt mich darauf schließen, dass die Verfasserin keine statistischen Methoden benutzt und sich vorläufig auf quantitative Berechnungen beschränkt. Welche Möglichkeiten bietet die Statistik als mathematische Disziplin für die weitere Forschung auf diesem Gebiet?

2. Von einer Masterarbeit wird erwartet, dass nicht nur Standpunkte namhafter Sprachwissenschaftler angeführt, sondern auch selbständige Schlüsse daraus gezogen werden. Aus dem Paragraphen 1.3. ist keineswegs ersichtlich, ob die Verfasserin die Werbung für eine eigenständige Textsorte hält. Stellen die Werbetexte eine Textsorte dar oder sind sie ein komplexeres Gebilde, das in Bezug auf ihre Gattungszugehörigkeit keine in sich geschlossene Einheit bildet?

3. Die Ergebnisse, zu denen die Verfasserin im Paragrafen 2.3.2. kommt, wirken nicht gerade überzeugend, weil die Zahl der analysierten Werbetexte, die einen Slogan enthalten, allzu bescheiden ausfällt, so dass keine eindeutigen Schlussfolgerungen hinsichtlich der bestehenden Tendenzen im Aufbau dieses Strukturelements in deutschen und russischen Werbetexten zu ziehen wären. Wie lassen sich die Beobachtungen auf einem anderen Weg bestätigen, d.h. ohne weitere Werbetexte heranzuziehen?

4. Im Vergleich zu den anderen Strukturelementen der Werbetexte werden die Schlagzeilen am ausführlichsten analysiert. Heißt das, dass die Schlagzeilen rein quantitativ öfter als andere Strukturelemente vorkommen oder dass sich die Schlagzeilen aufgrund der durchgeführten Analyse weiter unterteilen lassen?

5. Unter den Methoden wird die Befragung angeführt, einige Auskünfte über die in der Masterarbeit verwerteten Printmedien sollen bei Redaktionsmitarbeitern eingeholt worden sein (vgl. Paragraf 2.1.). Sind diese Auskünfte der Befragung als Forschungsmethode gleichzusetzen?

Die angeführten Bemerkungen zum Inhalt der Masterarbeit von Frau Busch sind eher als Anregung zu einer weiteren Forschungsarbeit ggf. Diskussion zu werten und sollten die hohe Bewertung der Masterarbeit nicht beeinflussen. Trotz mancher stilistischer und grammatischer Unsicherheiten hinterlässt auch die sprachliche Form der Abhandlung von Frau Busch einen sehr guten Eindruck. Die Masterarbeit von Frau Busch ist selbständig angefertigt und abgefasst worden und ist sachlich fundiert. Das gesetzte Forschungsziel ist m.E. von der Verfasserin erreicht, die von der Autorin gewonnenen Ergebnisse entsprechen den in der Arbeit gestellten Teilaufgaben. Bei der Masterarbeit von Frau Busch handelt

es sich um eine hochqualifizierte, selbständige und inhaltlich abgeschlossene Untersuchung, die ohne Vorbehalt positiv benotet werden kann.

St. Petersburg, den 29. Mai 2015

Univ.-Doz. Dr. Michail Koryshev