

# KAPITEL I EINLEITUNG

## A. Der Hintergrund

Die Anzeige ist ein Kommunikationsmittel, das in einigen Massenmedien wie Zeitungen oder Magazine geschaltet wird. Das Ziel der Anzeigen ist es, Informationen zu geben oder den Fernsehzuschauer sowie manche bestimmte Gruppe zu beeinflussen. Diese Anzeigen können in Form eines Textes, eines Bildes, eines Films oder einer Mischung/Kombination aller genannten Elemente sein. Die Anzeige spielt eine große Rolle in Fernsehwesen. Ohne die Werbeanzeigen wäre es für die Sender unmöglich sich dauerhaft zu behaupten und die Existenz zu sichern. Für den Hersteller gilt es, nicht nur die Promotionsmittel oder Dienst, sondern auch gibt die Vorstellung für den Konsumer über ein angebotenes Produkt von eigenen Produkt sein. Damit kann den Konsumer es verbrauchen.

Kasali (1992 : 9) stellt fest, dass eine Anzeige als Informationsbereitstellung eines Produktes oder den Dienst gilt, die durch ein Medium und einen Betrieb für einige oder alle Volksgruppen gezeigt wird. Der Einfluss dieser Bereitstellung sind die Sachen, die in Form von Bild, die Reihenfolge der Wörter, oder die verschiedene Farben umgesehen. Das Medium ist ein Mittel, das als ein Printmedium und elektrisches Medium angewendet wird. (Kasali, 1992 : 9).

Die Anzeige hat einzigartige Vorteile im Fernsehapparat als im Druckmedium, da es sowohl auditiv als auch visuell ist. Der Fall wird aus drei

Sachen geteilt. Sie sind die Vision, die Erzählung und die Stimme. Die drei Formen sind danach ein System des Anzeichens, das die Zuschauer beeinflusst. Die Anzeige im Fernsehapparat ist effektiver, weil es die verbale und non-verbale Form verbindet. Die Anzeige besteht aus einigen Sätzen, die im Allgemeinen in Form von Aufforderungen oder in dem Imperativsatz gemacht werden. Dies meint, dass sie bei jemandem ein großes Interesse wecken sollen.

Denn manchmal gibt es viele Leser, die nicht über Aufforderungssätze verstehen. Ein einfacher Aufforderungssatz wie "Gib mir bitte Marmelade!" lässt sich gewiss etwas höflicher formulieren. Um die wenig zimmerliche Befehlsform (Imperativ) zu vermeiden, ist die Umwandlung in eine Frage ein guter Weg: "Gibst du mir die Marmelade?" klingt ruppig als der Ausgangssatz. Natürlich lässt er sich in puncto Höflichkeit noch verbessern, z.B. mit dem Wörtchen bitte.: "Gibst du mir bitte die Marmelade?" Auch eine Anweisung wie Bitte die Rückseite zu beachten "kommt nur schwer ohne die fast immer einsetzbare Höflichkeit des Wörtchens bitte aus. Ein Beispiel von dieser Anzeige stammt aus einem deutschen Magazin. Das heißt "Der Spiegel". Der Spiegel ist ein Deutschmagazin, das viele Anzeigen oder die Aussage darüber schreibt. Ein Beispiel der Anzeige, die auf dem Magazin "Der Spiegel" ( bei der Seite 38 - 39 ) zitiert wird.

Württemberg, schönstes Abendrot. Entdecken Sie Ihren Lieblings- Württembergs Weingärtnergenossenschaften!! /www.wwg.de.



Auf der obengenannten Anzeige hat es sicher ein Ziel. Es meint, dass alle Leute das Bier besonders aus Württemberg trinken mögen. Nach der obigen

Erklärung möchte die Untersucherin die Aufforderungen oder Imperativsätze in den Anzeigen auf dem deutschen Magazin analysieren. Die Aufforderungen in den obengenannten Anzeigen lassen den Leser verstehen und vielleicht das Produkt kaufen.

## B. Der Fokus der Untersuchung

Diese Untersuchung konzentriert sich auf die Aufforderungen in den Anzeigen an dem Deutschmagazin "Der Spiegel".

## C. Das Untersuchungsproblem

Die Probleme dieser Untersuchung sind :

1. Welche Aufforderung gibt es in dem Deutschmagazin?

2. Wie ist die Analyse der Aufforderung in dem Deutschmagazin?

#### **D. Das Ziel der Untersuchung**

Das Ziel der Untersuchung ist :

1. Die Aufforderung in den Anzeigen in dem Deutschmagazin *“Der Spiegel“* zu beschreiben
2. Die Aufforderungen in den Anzeigen in dem Deutschmagazin *“Der Spiegel“* zu analysieren.

#### **E. Der Nutzen der Untersuchung**

Der Nutzen der Untersuchung ist :

1. Diese Studie kann als Referenz in Form von der Aufforderungen in Anzeigen verwendet werden.
2. Diese Studie kann den Lesern Informationen geben, um den Zweck von einer Anzeige in dem deutschen Magazin zu überprüfen.