

AUSZUG

Yosefa, Matrikelnummer : 2193132026. Eine stilistische Analyse der deutschen Werbungen. Pädagogischer Titel (S1), Deutschprogramm, Fakultät für Sprache und Kunst, staatliche Universität Medan.

Die Ziele dieser Untersuchung sind welche Sprachstile und wie ist die Analyse der Stilistik gibt es in den deutschen Werbungen von *Nike*, *Coca-Cola*, *the North Face* und *Porsche* herauszufinden. Diese Untersuchung hilft den Deutschdozenten und Deutschstudierende, die Stilistik zu verstehen. In dieser Untersuchung wurde qualitative Deskriptive Methode benutzt und der Theorie wurde von Miles und Hubermann angewendet. Die Daten in dieser Untersuchung sind Wörter, Sätze, Dialoge oder Gesprächen, die Sprachstile in deutschen Werbungen von *Nike*, *Coca-Cola*, *the North Face* und *Porsche* enthalten. Diese Untersuchung wird im Sprachlabor der Fakultät für Sprache und Kunst der Staatlichen Universität Medan durchgeführt. Nach der Theorie von Kulmbach wurden in den vier Werbungen 48 von 80 Sätzen als Sprachstile identifiziert. Der am häufigsten verwendete Sprachstil in diesen Werbungen ist der vergleichende Sprachstil, aber auch die Sprachstile Wiederholung, Widerspruch und Verknüpfung sind in einigen Sätzen zu finden. Der vergleichende Sprachstil vergleicht nämlich im Wesentlichen zwei verschiedene Dinge, die aber bewusst als dasselbe angesehen werden. Diese Untersuchung wurde von Expertin validiert und die Ergebnisse dieser Analyse sind präzise.

Schlüsselwörter: Stilistik, die deutsche Werbung, die Sprache.

