

ABSTRAKT

Grace Agrivina Simanjuntak, 2113132010, Titel der Untersuchung: „Die Analyse der Slogan in Anzeige im DE Magazin Deutschland “Der Spiegel”. Pädagogischer Titel (S1), Deutschprogramm, Fakultät für Sprache und Kunst, Staatliche Universität Medan.

Das Ziel dieser Untersuchung ist es, die Analyse der Slogan in Anzeige zu ermitteln. Hinsichtlich der Methode erfolgt die vorliegende Untersuchung deskriptive. Ein weiteres Untersuchungsziel ist, festzustellen, ob die deutsche Anzeige die Konnotation und Denotation im "Der Spiegel" haben. Die deutsche Anzeige im "Der Spiegel" haben die Konnotation und Denotation zu finden. Die Portanden sind deutsche Magazine. In dieser Untersuchung wird analysiert, wie die Deutsche, die Konnotation oder Denotation im Slogan verwendet und wie das Hauptziel von Slogan. Es gibt 21 Anzeigen, die die denotativen Bedeutung in "der Spiegel" Edition 11/ 2015 verwenden und 20 Anzeigen für die denotativen Bedeutung. Also wird denotative Bedeutung dominanter als konnotative Bedeutung im Schriftlichen Anzeige verwendet.

Schlüsselwörter: die Analyse der Slogan in Anzeige im DE Magazin “Der Spiegel”