

KAPITEL V

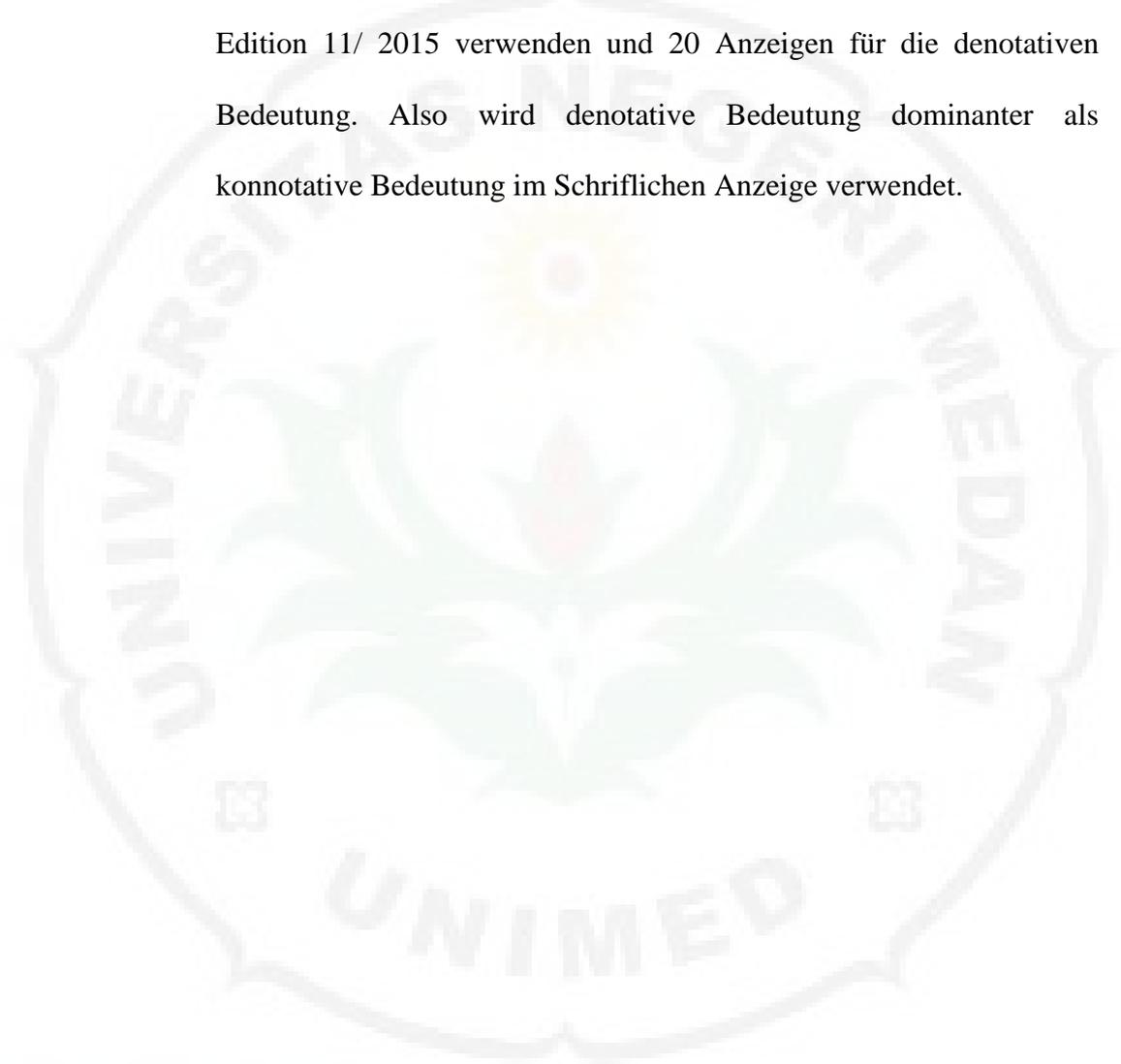
SCHLUSSFOLGERUNG

A. Schlussfolgerung

Nach dem Untersuchungsergebnissen fallen die Schlussfolgerungen folgendermaßen aus :

1. Bei dieser Untersuchung wird gefunden, dass einige Slogan im DE Magazin mit die Denotation werden. Der Denotation wird im seite gefunden (Seite 46, seite 48, seite 50, seite 52, seite 55, seite58, seite59, seite 60, seite 63, seite 64, seite 67, seite 68, seite 69, seite 71-72, seite 73, seite 74, seite 77, seite 78, seite 79, seite 83)
2. Bei dieser Untersuchung wird gefunden, dass einige Slogan im DE Magazin mit der Konnotation werden. Der Konnotation, der im jeden Slogan im Magazine “der Spiegel” der positive Konnotation benutz. Der Konotation wird im seite gefunden (Seite 43, seite 44, seite 45, seite 47, seite 49, seite 51, seite 53, seite 54, seite 56, seite 57, seite 61, seite 62, seite 65, seite 66, seite 70, seite 75, seite 76 seite 80, seite 81, seite 82).
3. Slogan insgesamt im Magazine “Der Spiegel” Edition 11/2015 hat einige Ziel, das sind :
 - a. Eine Information an die Öffentlichkeit geben.
 - b. Beeinflussung anderer, etwas zu tun.
 - c. Sensibilisierung anderer, etwas könnte gefährlich sein.

4. 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 Schriflichen Anzeige verwendet.



THE
Character Building
UNIVERSITY