

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung	11
1.1	Über das Ziel der Untersuchung	11
1.2	Abgrenzungen	14
1.3	Bilder im Text	15
1.4	Zur Gliederung der Untersuchung	16
1.5	Zur Auswahl von Produkten und Medien	17
2.	Theorie, Methode und zentrale Begriffe der Arbeit	19
2.1	Problematisierung des Text/Bild-Zusammenhangs	19
2.2	Methodische Überlegungen zum Verhältnis von Text und Bild	21
2.3	Trennung von Dokumentation und Interpretation	24
2.4	Problematisierung des Begriffs Weltbild	25
2.4.1	Zum Begriff des Weltbildes	25
2.4.2	Enzyklopädie	27
2.4.3	Internet-Mix	28
2.4.4	Zusammenfassung	31
3.	Korpusbeschreibung	33
3.1	Dokumentation und Beschreibung des Korpus	33
3.1.1	Materialquellen	33
3.1.2	Zum Verfahren der Materialdokumentation	33
3.1.3	Ergebnis der Materialsammlung	34
3.2	Korpusstatistik (Text)	35
3.2.1	Zum Transkriptionsverfahren	35
3.2.2	Vorbereitung der Textbasis für die statistische Auswertung	36
3.2.3	Übersichtsdaten (Text)	37
3.3	Korpusstatistik (Bild)	44
3.3.1	Quantitative Kategorien für die Bildanalyse	45
3.3.2	Bildebenen	50
3.3.3	Bildelemente	55
3.3.4	Handlungen	59
3.3.5	Lebewesen	64
3.3.6	Sachen	68
3.3.7	Farben	73

3.4	Wortschatz	74
3.4.1	Zur Methode	76
3.4.2	Das Häufigkeitswörterbuch des Gesamtkorpus	79
3.4.3	Substantive	79
3.4.4	Verben	82
3.4.5	Adjektive	84
3.5	Bildschatz	80
3.5.1	Lebewesen	87
3.5.2	Sachen	89
3.5.3	Bildhandlungen	90
3.6	Zusammenfassung der Korpusbeschreibung	95
3.6.1	Verfahren	95
3.6.2	Ergebnisse	96
4.	Analyse	103
4.1	Analyse-Vorbereitung	104
4.2	Analyse einzelner Weltbildfelder	108
4.2.1	Qualität	110
4.2.2	Geld	115
4.2.3	Wirtschaftlichkeit	120
4.2.4	Wörter, die keinem Weltbildfeld zugeordnet werden können	127
4.2.5	Genuß	127
4.2.6	Bequemlichkeit	132
4.2.7	Gesundheit	135
4.2.8	Fortschritt / Forschung	138
4.2.9	Neu	143
4.2.10	Erfolg der Firma	148
4.2.11	Frau	152
4.2.12	Kochen / Haushalt	156
4.2.13	Schnelligkeit	159
4.2.14	Sicherheit	161
4.2.15	Kinder	164
4.2.16	Attraktivität	166
4.2.17	Tradition	169
4.2.18	Haltbarkeit	172
4.2.19	Spaß / Spiel	174
4.2.20	Urlaub / Reise	177
4.2.21	Mann	179
4.2.22	Kreativität	182

4.2.23	Selbstbewußtsein	185
4.2.24	Familie	188
4.2.25	Liebe	190
4.2.26	Erfolg des Kunden	192
4.2.27	Umweltbewußtsein	194
4.2.28	Luxus / Anspruch	196
4.2.29	Erfahrung	198
4.2.30	Individualität	200
4.2.31	Jugend	202
5.	Zusammenfassung	205
5.1	Zum Verhältnis von quantitativer und qualitativer Analyse	205
5.2	Die wichtigsten Veränderungen während der drei Jahrzehnte	206
5.2.1	Qualität, Haltbarkeit und Solidität im Kontext steigender Ansprüche ...	206
5.2.2	Mehr haben ist nicht leicht – Technik, Geld und Sorgen	207
5.2.3	Ich und die anderen – Abgrenzung durch Individualität und Erfolg	208
5.2.4	Scheinbarer Wandel: die Darstellung von Frauen in Haushalt und Familie	209
5.2.5	Spaß, Freizeit und Jugendlichkeit – Lifestyle	210
5.3	Bewertung der Untersuchung – Erträge, Einschränkungen und Möglichkeiten	212
5.4	Ausblick	214
6.	Literaturverzeichnis	217
7.	Technische Hinweise zum Gebrauch der CD	223