

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einführung</b> .....	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
<b>2.</b>	<b>Theorie, Methode und zentrale Begriffe der Arbeit</b> .....	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
<b>3.</b>	<b>Korpusbeschreibung</b> .....	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
<b>4.</b>	<b>Analyse .....</b>	<b>103</b>
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.	<b>Zusammenfassung</b> .....	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.	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	217
7.	<b>Technische Hinweise zum Gebrauch der CD</b> .....	223