

Inhaltsverzeichnis

Anzeigenverzeichnis	13
Grafikenverzeichnis	17
Abkürzungsverzeichnis	19
1. Einleitung	21
1.1.1 Entwicklung der Fragestellung: Imagebegriff in sozial- und bildungswissenschaftlichen Kontexten	21
1.2 Geschichte des Zahnarztberufes.	26
1.2.1 1950er Jahre	26
1.2.2 1960er Jahre	29
1.2.3 1970er Jahre	30
1.2.4 980er Jahre	31
1.2.5 1990er Jahre	32
1.3 Professionstheoretische Rahmung	34
2. Methodologische und methodische Anlage der Arbeit	45
2.1 Forschungslage: methodische Orientierung	45
2.2 Materialbasis	62
3. Empirische Untersuchung der 1950er Jahre	67
3.1 Kontexte	67
3.1.1 Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	67
3.1.2 Werbung in den 1950er Jahren	69
3.2 Empirische Ergebnisse	72
3.2.1 Das Muster Technik	72
3.2.2 Das Muster Kontrolle	98
3.2.3 Das Muster Vertrauen	113
3.2.4 Gender-Muster	121
3.3 Zusammenfassung	130

4.	Empirische Untersuchung der 1960er Jahre	133
4.1	Kontexte	133
4.1.1	Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	133
4.1.2	Werbung in den 1960er Jahren	136
4.2	Empirische Ergebnisse	139
4.2.1	Das Muster Technik	139
4.2.2	Das Muster Kontrolle	143
4.2.3	Das Muster Vertrauen	146
4.2.4	Gender-Muster	150
4.2.5	Ironie und Skepsis am Anfang der 1960er Jahre: die euzella Anzeigenserie	155
4.2.6	Ironie und Konsumismus am Ende der 1960er Jahre: die D+Z-Anzeigenserie	173
4.3	Zusammenfassung	200
5.	Empirische Untersuchung der 1970er Jahre	207
5.1	Kontexte	207
5.1.1	Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	207
5.1.2	Werbung in den 1970er Jahren	210
5.2	Empirische Ergebnisse	214
5.2.1	Das Muster Technik	214
5.2.2	Das Muster Kontrolle	217
5.2.3	Das Muster Vertrauen	222
5.2.4	Gender-Muster	225
5.2.5	Ironie und Individualisierung: Die Anzeigenserie Siemens Dental-Depot	229
5.3	Zusammenfassung	248
6.	Empirische Untersuchung der 1980er Jahre	253
6.1	Kontexte	253
6.1.1	Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	253
6.1.2	Werbung in den 1980er Jahren	255
6.2	Empirische Ergebnisse	259
6.2.1	Das Muster Technik	259
6.2.2	Das Muster Kontrolle	279
6.2.3	Das Muster Vertrauen	284
6.2.4	Gender-Muster	292
6.3	Zusammenfassung	301

7.	Empirische Untersuchung der 1990er Jahre	305
7.1	Kontexte	305
7.1.1	Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	305
7.1.2	Werbung in den 1990er Jahren	306
7.2	Empirische Ergebnisse	312
7.2.1	Das Muster Technik	312
7.2.2	Das Muster Kontrolle	319
7.2.3	Das Muster Vertrauen	326
7.2.4	Gender-Muster	334
7.3	Zusammenfassung	344
8.	Entwicklung der Muster – Muster als rituelle Idiome	347
8.1	Entwicklung des Musters Technik	347
8.2	Entwicklung des Musters Kontrolle	353
8.3	Entwicklung des Musters Vertrauen	356
8.4	Entwicklung der Gender-Muster	359
9.	Schluss	367
9.1	Das Image des Zahnarztes 1950 – 2000	367
9.2	Einordnung der Ergebnisse in die Professionstheorie	369
10.	Literatur	375

Der Zahnarzt in der Werbung

Visuelle Imageartikulationen 1950 - 2000

Quaty, G.

2017, XX, 374 S. 104 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-15600-8