

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	6
I. Einleitung .....	7
1. Zielsetzung und Fragestellung der Untersuchung .....	7
2. Definitorische Abgrenzung der Gattung "Frauenzeitschrift" .....	9
II. Theoretisch-methodologische Grundlegung .....	14
1. Zur Problematik der Medienanalyse .....	14
2. Content analysis - Instrument der empirischen Sozialforschung .....	17
2.1. Qualitative und quantitative Analyse .....	22
2.2. Modell einer integrativen Aussagenanalyse ..	27
III. Der Kommunikator .....	29
1. Zur gesellschaftlichen Funktion der Massenmedien .....	29
1.1. Frauenzeitschriften als Massenmedien und ideologisches Teilsystem .....	44
2. Zur Wirksamkeit der Massenmedien .....	48
3. BRIGITTE, FREUNDIN, FÜR SIE und PETRA: Verbreitung .....	54
4. Reichweiten und Leserschaftsstrukturen .....	57
5. Reichweiten-Überschneidungen .....	69
IV. Die Rezipientin .....	71
1. Zur gesellschaftlichen Stellung der Frau .....	71
1.1. Hausfrauen- und Mutterrolle .....	87
1.2. Sexuelles Lustobjekt .....	104
1.3. Ästhetisch-dekoratives Objekt .....	107
1.4. Doppelrolle .....	110
1.5. Die erwerbstätige Frau .....	116
2. Die Rezipientin als Konsumentin .....	129
V. Hypothesen .....	132

VI.	Methodik .....	133
1.	Dimensionen .....	133
2.	Sampling .....	135
3.	Definition und Operationalisierung von Kategorien .....	137
4.	Akzentuierungen der quantitativen Aus- sagenanalyse .....	150
	4.1. Kombination quantitativer und qualitativer Analyse .....	150
	4.2. Raumanalyse .....	151
	4.3. Frequentielle Raumanalyse .....	152
	4.4. Frequenzanalyse .....	153
	4.5. Kontingenzanalyse .....	153
5.	Definition und Operationalisierung der aussagenanalytischen Einheiten (units) .....	154
6.	Darstellungskonzept .....	156
7.	Pretest .....	158
VII.	Das Kommunikat .....	162
1.	Allgemeine Daten zur Stichprobe .....	162
	1.1. Verhältnis von Redaktions- und Werbungsteil .....	163
2.	Beitragsformen .....	167
	2.1. "Praktischer Ratschlag" .....	172
	2.2. "Reportage" .....	174
3.	Themenbereiche .....	176
	3.1. "Redaktionelle Selbstdarstellung" .....	197
	3.2. "Mode/Kleidung" .....	202
	3.3. "Kosmetik" .....	207
	3.4. "Haushalt" .....	211
	3.5. "Individuelle Lebensprobleme" .....	214
	3.6. "Frauenemanzipation" .....	219
4.	Beitragsfunktionen .....	223
5.	Inhaltsstrukturen und Werbung .....	228

6.	Soziale Orientierung .....	235
7.	Visuell-gesturale Stereotypen .....	237
8.	Schlußbetrachtung .....	<u>241</u>
	Literaturverzeichnis .....	243