



Kristina Grube

Das Frauenbild in deutschen Printmedien

Ein Vergleich der drei Frauenzeitschriften
Barbara, Brigitte und *Emma*

MEDIEN

Academic *Plus*



BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2022 GRIN Verlag
ISBN: 9783346883476

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1358774>

Kristina Grube

**Das Frauenbild in deutschen Printmedien. Ein Vergleich
der drei Frauenzeitschriften Barbara, Brigitte und Emma**

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Academic Plus – Aktuell, relevant, hochwertig

Mit Academic Plus bietet GRIN ein eigenes Imprint für herausragende Abschlussarbeiten aus verschiedenen Fachbereichen. Alle Titel werden von der GRIN-Redaktion geprüft und ausgewählt.

Unsere Autor:innen greifen in ihren Publikationen aktuelle Themen und Fragestellungen auf, die im Mittelpunkt gesellschaftlicher Diskussionen stehen. Sie liefern fundierte Informationen, präzise Analysen und konkrete Lösungsvorschläge für Wissenschaft und Forschung.



Das Frauenbild in deutschen Printmedien: Ein Vergleich von drei Frauenzeitschriften

Masterarbeit

Fachbereich: Medien

Studiengang: Crossmedia & Communication Management

Vorgelegt von: Kristina Grube

Abgabetermin: 02.09.2022

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
2	Die Frau in den Medien – ein Forschungsüberblick	2
2.1	Die Frau in den Printmedien	2
2.2	Die Frau im Fernsehen	9
2.3	Die Frau in den Sozialen Medien.....	11
3	Vorstellung des Untersuchungsgegenstands	13
3.1	Die Frauenzeitschrift Barbara	13
3.1.1	Gründung und Entstehung.....	13
3.1.2	Redaktionelle Struktur und Zeitschriftenaufbau	14
3.1.3	Auflage	14
3.1.4	Leserschaft	15
3.2	Die feministische Zeitschrift Emma.....	16
3.2.1	Gründung und Entstehung.....	16
3.2.2	Redaktionelle Struktur und Zeitschriftenaufbau	17
3.2.3	Auflage	19
3.2.4	Leserschaft	19
3.3	Die Frauenzeitschrift Brigitte	21
3.3.1	Gründung und Entstehung.....	21
3.3.2	Redaktionelle Strukturen und Zeitschriftenaufbau	21
3.3.3	Auflage	22
3.3.4	Leserschaft	24
4	Definitionen.....	25
4.1	Feminismus	25
4.2	Sexismus.....	28
4.3	Emanzipation.....	31

5	Empirische Untersuchung	32
5.1	Methode der Inhaltsanalyse	32
5.2	Forschungsfrage und Hypothesen	32
5.3	Untersuchungsmaterial.....	34
5.4	Untersuchungseinheiten.....	34
5.5	Untersuchungszeitraum.....	35
5.6	Kategoriensystem.....	35
5.7	Pretest und Reliabilität.....	36
6	Ergebnisse	38
6.1	Funktion der Artikel	38
6.2	Thema	40
6.3	Journalistische Darstellungsform.....	43
6.4	Zielgruppe	44
6.5	Geschlechter der Akteure	46
6.6	Akteurinnen machen sich stark.....	47
6.7	Rolle der Akteurinnen	47
6.8	Alter und Bildungsgrad der Akteurinnen	49
6.9	Darstellung von Männern	50
6.10	Charakterisierung des Frauenbildes.....	50
6.11	Frauen-Perspektiven	52
6.12	Misstände von Frauen	52
6.13	Sexismus.....	55
6.14	Abhängigkeit versus Unabhängigkeit.....	58
6.15	Gegenderte Sprache	60
6.16	Werbende Inhalte	60
7	Fazit und Ausblick.....	62