

Inhalt

Überblick über die Zusammenfassungen.....	7
Verzeichnis der Schaubilder	8
Verzeichnis der Tabellen	9
Vorwort.....	11
1. Frauen in der Kommunikationspraxis	13
<i>Christina Holtz-Bacha</i>	
2. Maßnahmen zur Gleichstellung von Frauen und Männern	41
<i>in den Medien</i>	
<i>Christina Holtz-Bacha</i>	
2.1 Gleichstellungsmaßnahmen in den Rundfunkanstalten	43
2.2 Vorgaben der Rundfunkgesetze	57
Anhang: Synopse der Gleichstellungspläne	69
3. Ausbildung für Kommunikationsberufe	92
<i>Romy Fröhlich</i>	
3.1 Volontärsausbildung und Journalistenschulen	97
3.2 Akademische Ausbildung: Kommunikationswissenschaft /	109
Journalistik, Hochschule für Fernsehen und Film München	
4. Der Markt der Frauenmedien in der Bundesrepublik.....	136
<i>Deutschland</i>	
<i>Romy Fröhlich</i>	
4.1 Frauenzeitschriften	138
4.2 Frauensendungen im Hörfunk	158
4.3 Frauensendungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen.....	167
4.4 Frauensendungen in privaten Fernsehprogrammen.....	175
5. Die Darstellung von Frauen in den Medien	181
<i>Jutta Velte</i>	
5.1 Fiction, Quiz, Show und Sex	182
5.2 Zum Bild der Frau in der Werbung	206
5.3 Frauen in der nicht-fiktionalen Berichterstattung.....	220
5.4 Die Darstellung von Frauen in Frauenzeitschriften.....	241

6. Rezeption und Wirkungen - gibt es Unterschiede zwischen254
Frauen und Männern?
<i>Christina Holtz-Bacha</i>
6.1 Nutzung und Umgang mit den Medien254
6.2 Wirkungen der Medien.....279
7. Ausblick.....287
7.1 Konsequenzen für die Forschung287
<i>Christina Holtz-Bacha</i>
7.2 Konsequenzen für die Praxis293
<i>Romy Fröhlich</i>
8. Literatur.....305

Überblick über die Zusammenfassungen

Kapitel 1:	39
Zusammenfassung strukturelle Entwicklung und berufliche Situation von Frauen im Journalismus	
Kapitel 2:	56, 68
Zusammenfassung Gleichstellungsmaßnahmen in den Rundfunkanstalten und in den Gremien	
Kapitel 3:	107, 134
Zusammenfassung Ausbildung für Kommunikationsberufe - Volontariat, Journalistenschulen, akademische Ausbildung	
Kapitel 4:	178
Zusammenfassung Angebote für Frauen auf dem Zeitschriften- und dem Rundfunkmarkt	
Kapitel 5:	250
Zusammenfassung Darstellung von Frauen in den redaktionellen Angeboten der Medien und in der Werbung	
Kapitel 6:	285
Zusammenfassung geschlechtstypische Nutzung und Wirkungen der Medien	