

INHALT

Margreth Lünenborg

Politik auf dem Boulevard?

Eine Einführung aus geschlechtertheoretischer Perspektive 7

I. JOURNALISMUS

Margreth Lünenborg

Geschlechterordnungen und Strukturen
des Journalismus im Wandel

22

Claudia Riesmeyer & Martina Thiele

„Ersatz für Queen Blabla gesucht“.

Wie *Spiegel* und *SpiegelOnline*

Geschlechterstereotype reproduzieren 44

Tarja Savolainen

Geschlechterstrukturen und Kommerzialisierung
im skandinavischen Fernsehen

60

II. POLITISCHE AKTEURINNEN

Margreth Lünenborg, Jutta Röser, Tanja Maier,

Kathrin Müller & Elke Grittmann

„Merkels Dekolleté“ als Mediendiskurs.

Eine Bild-, Text- und Rezeptionsanalyse

zur Vergeschlechtlichung einer Kanzlerin 73

Jörg-Uwe Nieland

Merkel und der Boulevard

– eine weibliche (Erfolgs-)Strategie? 103

Marlène Coulomb-Gully

Napoléon siegt über *Marianne*.

Verkörperung und politische Darstellung

im französischen Präsidentschaftswahlkampf 2007 130

Sabine Seggelke

Das Präsidentenpaar auf dem Boulevard.

Privatheit und politische PR in Frankreich 154

III. GENDERDISKURSE

Gabriele Dietze

Okzidentalistische Bilderpolitik.
Neo-Orientalismus und Migration in der visuellen Kultur 175

Andrea Nachtigall

Von Cowboys, Staatsmännern und Terroristen.
Männlichkeitskonstruktionen in der medialen Inszenierung
des 11. September und des Krieges in Afghanistan 196

IV. REZEPTION

Corinna Peil

Weibliche Information und männliche Unterhaltung?
Die *Tagessthemen* und deren Moderation
aus Sicht der Zuschauerinnen und Zuschauer 232

Katrin Döveling, Claudia Schwarz & Dagmar Hoffmann

Anmaßend oder akzeptiert?
Geschlechtskonstruktionen und Emotionen
auf der politischen Bühne und ihre Relevanz für Jugendliche 256

V. HISTORISCHE PERSPEKTIVEN

Susanne Kinnebrock

Politikvermittlung durch Frauenzeitschriften?
Popularisierungsstrategien und Konturen
frauenpolitisch aktiver Öffentlichkeiten im Wandel 275

Martina Thiele

„Das Leben ist kein Wunschkonzert“.
Die Popularisierung von Politik als historisches Phänomen? 302

DIE AUTORINNEN 323