

INHALT

<i>Margreth Lünenborg</i> Politik auf dem Boulevard? Eine Einführung aus geschlechtertheoretischer Perspektive	7
--	---

I. JOURNALISMUS

<i>Margreth Lünenborg</i> Geschlechterordnungen und Strukturen des Journalismus im Wandel	22
---	----

<i>Claudia Riesmeyer & Martina Thiele</i> ,Ersatz für Queen Blabla gesucht'. Wie Spiegel und SpiegelOnline Geschlechterstereotype reproduzieren	44
--	----

<i>Tarja Savolainen</i> Geschlechterstrukturen und Kommerzialisierung im skandinavischen Fernsehen	60
--	----

II. POLITISCHE AKTEURINNEN

<i>Margreth Lünenborg, Jutta Röser, Tanja Maier, Kathrin Müller & Elke Grittmann</i> ,Merkels Dekolleté' als Mediendiskurs. Eine Bild-, Text- und Rezeptionsanalyse zur Vergeschlechtlichung einer Kanzlerin	73
---	----

<i>Jörg-Uwe Nieland</i> Merkel und der Boulevard – eine weibliche (Erfolgs-)Strategie?	103
--	-----

<i>Marlène Coulomb-Gully</i> <i>Napoléon</i> siegt über <i>Marianne</i> . Verkörperung und politische Darstellung im französischen Präsidentschaftswahlkampf 2007	130
--	-----

<i>Sabine Seggelke</i> 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 *Tagesthemen* 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