

Inhalt

Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld	7
---	---

Teil I: THEORIEN UND KONZEPTE

1	Gender – Media – Studies	13
1.1	Einführung in die Geschlechterforschung.	14
1.2	Entstehung und Geschichte der Gender Media Studies	26
2	Geschlechter – Medien – Kulturen	33
2.1	Cultural Studies: Arbeitsweisen und -felder	33
2.2	Cultural Gender Studies: Identitäten, Körper und Repräsentationen	40
2.3	Feministische Filmtheorie	51
2.4	Gendered Technologies: Geschlechteridentitäten im Netz	53
3	Privatheit – Öffentlichkeit – Gesellschaft	59
3.1	Konzepte von Privatheit und Öffentlichkeit	59
3.2	Gegenöffentlichkeit – feministische Öffentlichkeit	65
3.3	Cultural Citizenship	67

Teil II: GESCHLECHT IN DER MEDIENKOMMUNIKATION

4	Medienproduktion: Journalismus und PR	75
4.1	Geschlechtertheorien in der Kommunikatorforschung	75
4.2	Berufsfeldforschung: Journalismus und PR	79
4.3	Boulevardisierung im Journalismus	88

Inhalt

5	Medientexte: Inhalte, Repräsentationen und Diskurse	97
5.1	Geschlechtertheorien in der Medientextanalyse	97
5.2	Inhaltsanalysen: Darstellungen und Stereotype	98
5.3	Diskursanalysen: Bedeutungen, Repräsentationen und Genres	107
6	Medienhandeln: Nutzung, Rezeption und Aneignung	123
6.1	Geschlechtertheorien in der Publikumsforschung	123
6.2	Mediennutzung: Zeitbudgets und Medienmenüs	126
6.3	Medienrezeption und -aneignung: Kontexte, Lesarten und Identitäten	131

Teil III: DOING GENDER MEDIA STUDIES – FALLBEISPIELE

7	»Machtschattengewächse«: Textanalyse der Politikberichterstattung	149
8	»Es dreht sich alles um Sex«: Fernsehanalyse von »Queer as Folk«	163
9	»Du bist ja doch irgendwie Ausländer«: Analyse des Medienhandelns von MigrantInnen	179
	Literatur	193
	Verzeichnis von Quellen und Fernsehformaten (Teil III)	220
	Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen	221
	Index	222