

## Politik auf dem Boulevard?

Die Reihe „Critical Media Studies“ versammelt wissenschaftliche Arbeiten, die sich auf die Bedeutung von Medien und Kommunikation für die Reproduktion und Veränderung gesellschaftlicher Machtverhältnisse fokussieren. Der vorliegende Band ist Teil dieser Reihe und befasst sich mit der „Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft“. Die Mehrzahl der darin publizierten Beiträge geht auf die interdisziplinäre Konferenz „Politik auf dem Boulevard“ zurück, die im September 2007 an der Freien Universität Berlin stattfand. Ausgangspunkt ist die These, dass im digitalen Medienzeitalter Gegensatzpaare wie „Öffentliches und Privates, [...] Unterhaltendes und Informatives“ nicht mehr geeignet sind, um Entwicklungen in der politischen Kommunikation „angemessen zu erfassen“. Als wichtigstes Phänomen in diesem Prozess wird die „Boulevardisierung“ (S. 8) der Medien identifiziert. Die zentralen Fragestellungen, die sich daraus für die Herausgeberin des Bandes ergeben, lauten, welche Bedeutung die „Diskurse des Boulevards für die Konstituierung von Gesellschaft übernehmen“ (S. 9) und inwiefern dabei „Geschlechterrollen konstruiert, deformiert und umgedeutet werden“ (S. 13). In fünf Schwerpunkte unterteilt, zieht der Band zunächst eine Parallele zwischen der „Öffnung der Profession für Frauen“ und einer „verstärkten Entwicklung hin zu Unterhaltungs- und Ratgeberjournalismus“ (S. 17). Während Letzteres oft negativ bewertet wird, kommt die Autorin zu dem Fazit, dass „populäre Medienangebote gleicherma-

ßen wie politische Nachrichten“ dazu beitragen, „Bilder von Gesellschaft zu entwerfen“ (S. 39). Was dies für die „mediale [...] Repräsentation der Politikerinnen und Politiker“ bedeutet (S. 17), damit befasst sich der zweite Teil des Bandes. Untersucht wird – beispielhaft an der Aufregung um Angela Merkels Dekolleté bei der Eröffnung der Osloer Oper im April 2008 –, „wie Medien und Rezipierende die Achsen ‚Macht‘ und ‚Geschlecht‘ zueinander ins Verhältnis setzen“ (S. 74). Ein weiterer Schwerpunkt thematisiert „mediatisierte Genderdiskurse“. Hier wird analysiert, welche Rolle die „Dimension Geschlecht“ (S. 18) spielt bei der diskursiven Abgrenzung zwischen kultureller Zugehörigkeit und dem Fremden. Der vierte Teil beleuchtet die Bedeutung, die das Geschlecht von Moderatoren bei der Vermittlung von Politik spielt und wie wichtig „Emotionen in der medienöffentlichen Kommunikation“ für die Wahrnehmung von Politikern sind. Dass „Strategien medialer Popularisierung von Politik keineswegs ein neuartiges Phänomen sind“ (S. 19), belegen die abschließenden Kapitel. Positiv hervorzuheben ist das breite Spektrum an Perspektiven, unter denen die mediale Konstruktion von Geschlecht beleuchtet wird. Der Erkenntnisgewinn jedoch variiert von Beitrag zu Beitrag – auch wenn jedes Thema sicher seine inhaltliche Berechtigung hat. Einiges mag der Leser bereits in seinem Lebensalltag beobachtet haben: etwa, dass man männliche und weibliche Moderatoren unterschiedlich wahrnimmt (S. 233 ff.) oder dass Politiker authentischer erscheinen, wenn sie auch mal Emotionen zeigen (S. 256 ff.).

Interessanter zu lesen ist, wie die Wissenschaftlerinnen quasi mit der Lupe nach dem Fortschritt suchen (müssen), wenn es um die Umdeutung klassischer Rollenbilder in den Medien geht. Zwar ist dort angekommen, dass Frauen „in der deutschen Politik auf dem Vormarsch“ (S. 104) sind. Dennoch muss konstatiert werden, dass „der Abstand zum traditionellen Stereotyp [...] sich als noch immer hauchdünn“ erweist. Im Diskurs um Merkels Dekolleté sei der „machtvolle Status der deutschen Regierungschefin [...] in beachtlichem Maße außer Kraft gesetzt“ worden. Der „konnotierte Widerspruch zwischen Macht und weiblichem Geschlecht“ wurde „offensichtlich nicht aufgelöst“ (S. 99). Wie viel stärker uralte Rollenbilder in den Medien sonst noch herumgeistern und instrumentalisiert werden, bringt die Analyse von Männlichkeitsbildern in der Berichterstattung über Krieg und Terror ans Licht. Gleiches gilt für das Vorgehen, mit dem in den Medien die „westlichweiße Überlegenheit“ (S. 183) gegenüber der orientalischen Welt immer wieder hergestellt wird. „Geschlechterbilder“ sind in diese „Grenzziehungsprozesse zwischen Eigenem und Fremdem fest eingewoben“ (S. 220). Sehr lesenswert! Hier wird die Wahrnehmung geschärft für Klischees und konstruierte Zusammenhänge, die so subtil sind, dass sie dem Leser gewöhnlich entgehen. Fazit des Bandes insgesamt: Es ist noch ein weiter Weg bis zur (medialen) Umdeutung der Geschlechterrollen.

Vera Linß



**Margreth Lünenborg (Hrsg.):**  
*Politik auf dem Boulevard? Die Neuordnung der Geschlechter in der Politik der Mediengesellschaft.* Bielefeld 2009: transcript. 330 Seiten, 29,80 Euro