

Birgit Hipfl, Elisabeth Klaus, Uta Scheer (Hg.): Identitätsräume: Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie

Bielefeld: transcript (Cultural Studies, Bd. 6), 369 S., ISBN 3-89942-194-9, € 26,80

Wenn es um Identitätsräume geht, handelt es sich immer auch um einen Beitrag zum ‚spatial turn‘, der nach dem ‚linguistic‘ und dem ‚iconic turn‘ zunehmend die Wissenschaft beschäftigt. Der umfangreiche Band ist das Ergebnis zweier Veranstaltungen: des Workshops „Körper in den Medien“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft sowie der Kommunikationswissenschaftlichen Tage der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft. Positiv zu vermerken ist die Vielseitigkeit der Aspekte einer Theorie des Raums, wie sie in diesem Band eindrucksvoll dokumentiert wird. In der von den drei Herausgeberinnen verfassten Einleitung, die mit „Mediale Identitätsräume“ betitelt ist, wird das Terrain abgesteckt, in dem die folgenden Einzeluntersuchungen zu verorten sind: Raumvorstellungen sind dem Konzept nach das Resultat sozio-kultureller Praktiken, Identitätsräume werden demnach begriffen als „Orte für die (Re-)Produktion und Repräsentation von Subjekten“ (S.9). Medien dagegen sind als zentrale Bedeutungsproduzenten Konstrukteure von Identitätsräumen und stehen in dieser Funktion im Zentrum der einzelnen Beiträge. Der erste Teil des Bandes widmet sich Medien als Konstrukteuren (trans-)nationaler Identitätsräume. So untersucht beispielsweise Barbara O’Connor am Beispiel der medialen Debatte um die irische ‚Dance-Hall‘, wie sich diese als Schauplatz konstituierte, auf dem national und genderspezifisch verkörperte Identitäten konstruiert und vermittelt wurden (vgl. S.153), während Lisa Parks in ihrer luziden Analyse die Suggestionskraft von Satellitenbildern hinterfragt (vgl. S.60-80). Im zweiten Teil sind Beiträge versammelt, die den „Körper im Genderregime der Massenmedien“ (S.11) in den Blick nehmen. Liefert Martina Thiele mit ihrer These, in der Selbstinszenierung Leni Riefenstahls auf ihrer Homepage würde ihre Rolle als Naziregisseurin ausgeblendet, nicht viel Neues, so ist doch insgesamt interessant zu sehen, wie diese und andere der hier vorgestellten Inszenierungsformen der herrschenden Geschlechterordnung verpflichtet sind. Die Beiträge von Gitta Mühlen Achs und Silvia Pritsch illustrieren, wie groß die Gemeinsamkeit der Körpersprache von *Bravo*-Fotoromanen und der Darstellung der ‚Digital Beauties‘ des Cyberspace ist und wie selten auf die durch digitale Medien prinzipiell gegebene Möglichkeit der Dekonstruktion binärer Gendermarkierungen zurückgegriffen wird. Der dritte Teil schließlich konzentriert sich auf „Que(e)räume: Trans, Homo, Hetero“. Andreas Jahn-Sudmann zeigt am Beispiel von Kimberley Peirces Film *Boys don't cry* (USA 1999), wie der Versuch einer Kritik an männlichen, heterosexuellen Dominanzpraktiken daran scheitert, dass die Regisseurin Rassismus, Homophobie und transgender-Diskriminierung in einem rassistisch orientierten Kontext des ländlichen Amerika inszeniert. Die

weißen Mittelklasse-Helden, die der Film eigentlich ansprechen sollte, kommen so ungeschoren davon (vgl. S.269). Edgar Forster dagegen macht in seiner eindrucksvollen Analyse des Films *The Man who wasn't there* (2001) von Ethan und Joel Coen deutlich, „wie sich durch das Bild einer vielfach gebrochenen Männlichkeit hindurch selbst noch einmal eine Männerfantasie realisiert“ (S.289). Insgesamt ein sicher sehr ambitionierter Beitrag zum ‚spatial turn‘, der nicht zuletzt durch die knappen Überblicke über die Forschungsansätze der vergangenen Jahre, die die einzelnen Teile einleiten, auch einführenden Charakter besitzt und eindrucksvoll unterschiedliche Aspekte zu dieser Debatte dokumentiert. Unterstrichen wird dies nicht zuletzt durch den fundierten Überblick über die Forschungsperspektive von Brigitte Hipfl (‚Mediale Identitätsräume. Skizzen zu einem ‚spatial turn‘ in der Medien- und Kommunikationswissenschaft‘, S.16-50).

Kirsten von Hagen (Bonn)