

THEORIE UND GESCHICHTE DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Thomas Wiedemann / Michael Meyen (Hrsg.)

Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft

Internationale Perspektiven

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas Wiedemann / Michael Meyen (Hrsg.)
Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft.
Internationale Perspektiven

Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, 13
Köln: Halem, 2013

Die Reihe *Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft* wird herausgegeben von Michael Meyen, München.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2013 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-086-2
ISSN 1865-3367

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
Email: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

INHALT

THOMAS WIEDEMANN / MICHAEL MEYEN	7
Warum Bourdieu, warum internationale Perspektiven? Eine Einführung	
I. FORSCHUNGSFELDER	
RODNEY BENSON	20
Nachrichtenmedien als ›journalistisches Feld‹: Was Bourdieu zum Neo-Institutionalismus beiträgt – und andersherum	
LEE EDWARDS	49
Mit Bourdieu Public Relations verstehen	
ERIK NEVEU	74
Pierre Bourdieu und die Analyse von Mediendiskursen. Rezeptionsschwierigkeiten und Umsetzung eines theoretischen Programms	
HELMUT SCHERER	100
Mediennutzung und soziale Distinktion	
DAVID W. PARK	123
Pierre Bourdieu und die Geschichte des kommunikationswissenschaftlichen Feldes. Auf dem Weg zu einem reflexiven und konfliktorientierten Verständnis der Fachentwicklung	

II. ANWENDUNGEN

JULIEN DUVAL 146
Das journalistische Angebot und der soziale Raum
im heutigen Frankreich

NICOLAS HUBÉ 166
Aus naher Quelle einer nahen Quelle ...
Die Codifizierung des ›off‹ in der deutschen Politik

ADRIENNE RUSSELL 191
Digitale Kommunikationsnetzwerke und
das journalistische Feld.
Eine Fallstudie zu den französischen Unruhen 2005

III. ENTGRENZUNGEN

ØYVIND IHLEN 214
Kämpfe im Feld der Wirtschaft verstehen.
Bourdieu und die Analyse strategischer Kommunikation

KLAUS BECK / TILL BÜSER / CHRISTIANE SCHUBERT 234
Medialer Habitus, mediales Kapital, mediales Feld – oder:
vom Nutzen Bourdieus für die Mediennutzungsforschung

BENJAMIN KRÄMER 263
Eine Bourdieu'sche Kritik der politischen Urteilskraft

Autorinnen und Autoren 287



Thomas Wiedemann / Michael Meyen (Hrsg.)

**Pierre Bourdieu und die
Kommunikationswissenschaft.
Internationale Perspektiven**

Theorie und Geschichte der

Kommunikationswissenschaft, 13

2013, 296 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 28,50 / EUR(A) 29,20 / sFr. 47,90

ISBN 978-3-86962-086-2

Der Beitrag von Pierre Bourdieu für die Sozialwissenschaften ist unbestritten und aus dem internationalen Wissenschaftsdiskurs nicht mehr wegzudenken. Dieser Band zeigt, dass Bourdieus Theorie auch für die Kommunikationswissenschaft von Bedeutung ist, und wirbt (über diesen Einzelfall hinaus) für den Einsatz von Sozialtheorien. Die Aufsätze dokumentieren in theoretischen Auseinandersetzungen und empirischen Studien, wie die Journalismusforschung, PR, Medieninhaltsforschung, Mediennutzung und Fachgeschichtsschreibung Bourdieu nutzen können. Dazu kommt ein zweites Ziel: Im Buch werden wichtige Beiträge von zentralen Protagonisten der internationalen Kommunikationswissenschaft übersetzt, die so den Zugang zu ausländischen Fachkulturen und Theoriediskursen erleichtern und eine breitere Debatte anregen sollen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Lindenstr. 19 · 50674 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



THOMAS WIEDEMANN / MICHAEL MEYEN

Warum Bourdieu, warum internationale Perspektiven? Eine Einführung

1. Ziele

Dieses Buch will werben. Die Botschaft lässt sich folglich leicht auf den Punkt bringen: Die Denkinstrumente des französischen Soziologen Pierre Bourdieu (1930 bis 2002) eignen sich für viele (wenn nicht für alle) Fragestellungen in der Kommunikationswissenschaft. Mehr noch: Bourdieus Konzepte versprechen einen neuen Blick auf alte Probleme oder bringen Probleme auf den Tisch, die das Fach sonst vollkommen ausblendet. Die elf Texte, die hier veröffentlicht werden, sind (wenn man so will) Testimonials. Sie zeigen, wie Bourdieu in den unterschiedlichsten Forschungsfeldern eingesetzt werden kann – PR und Journalismus, politische Kommunikation und Fachgeschichtsschreibung, Medienstrukturen und Mediennutzung. Zielgruppe ist die deutschsprachige Community, zu der hier nicht nur die Professoren und der Mittelbau gehören, sondern auch all die, die ein Thema für ihre Abschlussarbeit suchen (Bachelor, Master, Dissertation) und damit zwangsläufig auch ein theoretisches Konzept. Dieses Buch bietet dafür Beispiele: von begrifflichen Anwendungen über komplette Studien bis hin zu Vorschlägen für das, was als Nächstes untersucht werden könnte.

Die Zielgruppe und der Wunsch, Barrieren für die Bourdieu-Rezeption abzubauen, erklären die Sprache. Auch die acht Texte, die ursprünglich auf Englisch oder Französisch geschrieben wurden, werden hier auf Deutsch präsentiert. Die Kenntnis beider Fremdsprachen ist zwar in der

deutschen Kommunikationswissenschaft weitverbreitet und selbst für die Studenten oft Voraussetzung, um in Hauptseminaren mitzukommen, gerade die Erfahrungen aus solchen Veranstaltungen haben uns aber dazu angeregt, die Originaltexte zu übersetzen. Wo es auf Nuancen ankommt (wie in der Theoriearbeit) und wo es für die Autoren manchmal schwierig ist, die Komplexität ihrer Gedankenwelt in eine verständliche Sprache zu gießen, schien es uns angebracht, wenigstens eine Zugangshürde zu beseitigen. Darüber hinaus war die Aussicht auf Übersetzung gerade für die internationalen Autoren ein Anreiz, sich an diesem Projekt zu beteiligen. Obwohl sich die Fachgemeinschaft längst auf Englisch verständigt, sind Publikationen in anderen Sprachen offenbar immer noch so begehrt wie vor 30 Jahren, als Pierre Bourdieu (1988) über den *Homo academicus* schrieb und dies dort zu einem wichtigen Reputationskriterium machte.

Wer dieses Buch oder *Die feinen Unterschiede* (BOURDIEU 1982) nicht mag und trotzdem bis hierher gekommen ist, könnte Bourdieu auch einfach als Mittel zum Zweck verstehen. In diesem Buch wird zwar für ein ganz bestimmtes Gedankengebäude geworben, eigentlich aber geht es um mehr – um die Nutzung von Sozialtheorien überhaupt (vgl. JOAS/KNÖBL 2004). In der Kommunikationswissenschaft (im deutschsprachigen Raum genau wie in den USA) dominieren im Moment psychologische Konzepte und Methoden (vgl. MEYEN 2012) oder Ansätze mittlerer Reichweite. So sehr das eine (die Psychologie) dem Fach geholfen hat, den Praxisverdacht abzuwehren und wissenschaftliche Reputation zu gewinnen, und so sehr das andere (Ansätze wie Kultivierung, Third Person Effect, Framing oder Wissensklufft) das Wissen über die Wirkungen öffentlicher Kommunikation vertieft: Wenn nicht einfach psychologische Forschung mithilfe unserer Gegenstände betrieben wird, fehlt es im Fach an Theorien, die nicht nur an ebendiesen Gegenständen modelliert wurden, sondern den Anspruch haben, auf alle Spielarten menschlichen Handelns und unterschiedlichste Strukturen anwendbar zu sein. Auf den Punkt gebracht: Nachrichtenfaktoren, Agenda Setting oder Weischenbergs Zwiebelmodell mögen eine brauchbare Grundlage für Inhaltsanalysen, Befragungen von Mediennutzern oder die Journalismusforschung sein, die Karriere von Franz Beckenbauer lässt sich damit aber ebenso wenig untersuchen wie das Zusammenspiel von Legislative und Exekutive in der Politik oder die Auswanderung junger Frauen aus Ostdeutschland. Weiter zugespitzt: Wenn die Kommunikationswissenschaft mit den anderen Sozialwissenschaften kooperieren, in interdisziplinären Projekten reüssieren und im gesellschaft-

lichen Diskurs mitspielen will, wird ihr gar nichts anderes übrig bleiben, als die Komfortzone zu verlassen, die von Theorien mittlerer Reichweite eingezäunt ist. Für diese These sprechen auch die Entscheidungsabläufe bei der Drittmittelvergabe. Egal ob in Brüssel, im Bundesministerium für Bildung und Forschung oder in der Deutschen Forschungsgemeinschaft: In aller Regel entscheiden Kolleginnen und Kollegen aus den Nachbardisziplinen (mit), ob ein Antrag aus der Kommunikationswissenschaft gefördert wird oder nicht.

So wichtig die Anschlussfähigkeit ist, die über Sozialtheorien hergestellt werden kann: Mindestens genauso wichtig ist die Erkenntnisperspektive, die damit jeweils verbunden ist. Theoretische Ansätze sind nicht nur dazu da, falsifiziert zu werden (wie Vertreter des kritischen Rationalismus ihren Jüngern manchmal glauben machen wollen). Theorien stellen zuallererst Begriffe bereit, die einen Zugang zur Realität erlauben (vgl. GIDDENS 1995: 31-33). Wer mit Bourdieu arbeitet, will weder beweisen noch widerlegen, dass es so etwas wie einen Habitus, soziale Felder oder soziales und kulturelles Kapital gibt. Diese Denkwerkzeuge werden vielmehr genutzt, um die soziale Welt zu analysieren (und damit unter anderem auch Gegenstände aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaft). Dass diese Selbstverständlichkeit hier ausformuliert wird, lässt sich erneut mit unseren Erfahrungen begründen – dieses Mal mit den Diskussionen im Münchner Institut, Reviews zu Fachzeitschriftenaufsätzen oder Buchrezensionen (vgl. exemplarisch LANGENBUCHER 2013). Durchgängig wurde (und wird) dort bezweifelt, dass mit Bourdieu (der hier stellvertretend für andere Sozialtheorien steht) irgendein Mehrwert verbunden sei. Was, bitte schön, bringe es zum Beispiel, eine Biografie wie die von Walter Hagemann (1900 bis 1964) mit dem Kapitalbegriff aufzuladen (vgl. WIEDEMANN 2012)? Ganz abgesehen davon, dass Hagemann selbst Bourdieu nicht verstanden hätte (ein Argument, dass wir auch in anderen Zusammenhängen gehört haben und das von dem Unverständnis zeugt, mit dem manche Reviewer auf Theorieabschnitte schauen), könne man mit Habitus und sozialer Position kaum die Frauengeschichten erklären, die am Ende dieses Lebens eine ganz zentrale Rolle spielten. Warum also nicht ›einfach so‹ schreiben, ganz im Stil anderer Biografen?

Das Plädoyer für Sozialtheorien, das mit diesem Buch transportiert werden soll und historische Forschung einschließt, wurzelt in einem Wissenschaftsverständnis, das sich auf Systematik, intersubjektive Nachvollziehbarkeit und Reflexion stützt (vgl. MEYEN et al. 2011). Dazu gehört, die

theoretische Perspektive offenzulegen, die den Zuschnitt des Gegenstands bestimmt hat. Wie wollte man, sei hier zurückgefragt, die unendliche Fülle eines Lebens zwischen zwei Buchdeckel pressen, wenn nicht mithilfe einer Theorie, die nicht nur die Fragestellung bestimmt (im Beispielfall: den Kapitaltransfer zwischen den Feldern Journalismus, Politik und Wissenschaft), sondern auch die Lebensstationen und Facetten der Persönlichkeit, die man sich näher anschaut, und damit letztlich sogar die Auswahl der Quellen? Kein Biograf kommt ohne eine solche Theorie aus und nähert sich seinem Forschungsgegenstand unvoreingenommen, allerdings macht das keineswegs jeder auch deutlich.

Nicht verschwiegen werden soll an dieser Stelle, dass alle ›großen Theorien‹ (Ansätze mit einem Erklärungsanspruch jenseits konkreter Gegenstände, etwa in der Kommunikationswissenschaft) sowohl einem Ideologie- als auch einem Schulenvorbehalt ausgesetzt sind. Anders gesagt: Wenn man Bourdieu, Giddens oder Foucault nutzt (um nur drei Beispiele zu nennen), kauft man den Entstehungskontext solcher Theorien genauso mit wie die Auseinandersetzungen, die damit schon deshalb verbunden waren (und manchmal noch sind), weil der Anspruch, ›alles‹ erklären zu können, immer auch auf wissenschaftliche Hegemonie zählt und folglich bekämpft wird. Fast noch gefährlicher als die Gegner eines Denkers wie Bourdieu sind seine Anhänger – jene Kolleginnen und Kollegen, die ganz genau wissen, wie der Meister diesen oder jenen Satz verstanden wissen wollte, und keine anderen Interpretationen dulden. Von diesen Problemen ein Lied singen können die Systemtheoretiker in der Kommunikationswissenschaft (die einzige Sozialtheorie, die in der deutschsprachigen Fachgemeinschaft wirklich rezipiert und dann auch auf Professorebene institutionalisiert worden ist; vgl. MEYEN/LÖBLICH 2006: 277-295; WENDELIN 2008).

2. Bourdieu in der (deutschen) Kommunikationswissenschaft

International ist Pierre Bourdieu in den vergangenen drei Jahrzehnten zu einem der am meisten zitierten Sozialwissenschaftler geworden. Laut Thomson Reuters' 1CI Web of Science (2007) belegt er Rang 2 (nur knapp hinter Michel Foucault) und übertrifft etwa Anthony Giddens (Platz 5), Jürgen Habermas (7), Max Weber (8) oder auch Ulrich Beck (15) um Längen. Bourdieus Denken hat dabei nicht nur sein Herkunftsfach Soziologie nachhaltig

beeinflusst, sondern auch die Nachbardisziplinen (vgl. BOHN/HAHN 2002). Dennoch gibt es hier Unterschiede – sowohl regional als auch von Disziplin zu Disziplin. Während Bourdieu in Frankreich längst Schulstoff und an den Universitäten Mainstream ist (vgl. AVERBECK-LIETZ 2010) und im angloamerikanischen Raum genau wie in Lateinamerika zumindest eine Mode, mit der man sich schmücken kann, hat die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft die entsprechenden Ideen aus dem Nachbarland eher zögerlich aufgenommen. Neben der schon angedeuteten (latenten) Abneigung gegenüber Sozialtheorien großer Reichweite mag hier zunächst die starke Orientierung an der vornehmlich psychologisch ausgerichteten Medienwirkungsforschung in den USA eine Rolle gespielt haben. Diese Strömung versprach Legitimation, wissenschaftliches Kapital und Rehabilitation für ein Fach, das sich im Nationalsozialismus diskreditiert hatte (vgl. HARDT 2002; LÖBLICH 2010). Wer trotzdem eine postmarxistische Theorie suchte, wurde im eigenen Land fündig (bei der Frankfurter Schule) – und vom Fach anschließend marginalisiert (vgl. SCHEU 2012).

Möglicherweise hat auch die Sprache die Rezeption behindert. Für diese These spricht Bourdieus Stil, der selbst Muttersprachler vor Herausforderungen stellt. Die wichtigsten Ideen waren allerdings vergleichsweise früh an zentraler Stelle auch in deutscher Sprache verfügbar – in einem Aufsatz von Gilles Bastin (2003) in der Fachzeitschrift *Publizistik*. Was immer sich die Herausgeber bei diesem (angeforderten) Text gedacht haben mögen: Eine Adaptionswelle konnte er trotz eines wohlwollenden Vorworts der Übersetzerin Stefanie Aeverbeck (2003) kaum auslösen. Wie sollte ein Deutscher zweifeln, wenn aus dem Mutterland ›Vergesst Bourdieu!‹ gerufen wurde?

Obwohl Bastin vor allem die Journalismusforschung im Blick hatte, gibt es gerade hier inzwischen mehrere Anwendungen der Feldtheorie (vgl. SCHÄFER 2004; RAABE 2005; HANITZSCH 2007, 2011; WILLEMS 2007; MEYEN 2009), die auch auf die Lehrbuchebeane gehoben worden sind (LÖFFELHOLZ 2004; ALTMIPPEN et al. 2007). Dazu kommen die zum Teil schon erwähnten Arbeiten aus der Fachgeschichtsschreibung (vgl. MEYEN/WENDELIN 2008; WENDELIN/MEYEN 2009; HUBER 2010; SCHEU 2012; WIEDEMANN 2012), Untersuchungen zur Mediennutzung (vgl. WEISS 2000; MEYEN 2007; SCHERER et al. 2009; JANDURA/MEYEN 2010; DUDENHÖFFER/MEYEN 2012; HAFERKAMP/HERBERS 2012; KRÄMER 2013) sowie Handbucheinträge (RAABE 2008; WEISS 2009). Von einem Boom kann trotzdem keine Rede sein. In den wichtigsten deutschsprachigen Lehrbüchern des Fachs sucht man nahezu vergeblich nach dem Namen von

Pierre Bourdieu (vgl. BURKART 2002; BENTELE et al. 2003, 2013; PÜRER 2003; KUNCZIK/ZIPFEL 2005; STÖBER 2008: 163f.; NOELLE-NEUMANN et al. 2009; BECK 2010). Dies gilt auch für Einführungen in die Forschungsbereiche Mediennutzung (SCHWEIGER 2007) und PR (BENTELE et al. 2008; LIES 2008; RÖTTGER 2009), die mit den Denkwerkzeugen des französischen Soziologen besonders gut erschließbar zu sein scheinen. Selbst in den Journalistik-Einführungen ist der Bezug auf Bourdieu längst noch keine Selbstverständlichkeit (vgl. WEISCHENBERG 2002, 2004; MEIER 2011; ALTMIEPPEN/ARNOLD 2012; MEIER/NEUBERGER 2013).

Dieser Hintergrund wird hier skizziert, um das Ziel dieses Buchs nachvollziehbar zu machen. Während es in englischer Sprache zumindest für die Journalismusforschung seit Längerem eine Aufsatzsammlung gibt, die sich auf Bourdieus Denkwerkzeuge stützt (BENSON/NEVEU 2005), für die Kulturwissenschaften inzwischen etwas ganz Ähnliches auch auf Deutsch vorliegt (ŠUBER et al. 2011) und auch die Soziologie einen weiteren Bourdieu-Sammelband auf den Markt gebracht hat (BAUER et al. 2013), standen der Kommunikationswissenschaft bisher nur fremdsprachige Anthologien zur Verfügung (RODES/HOOG 2004; PARK 2013). Werbung für Pierre Bourdieu heißt deshalb zunächst, den Dialog anzuregen und der deutschsprachigen Fachgemeinschaft zu zeigen, in welchen Forschungsfeldern international wie mit den Ideen Bourdieus gearbeitet wird (oder werden kann) – und wie diese Ideen möglicherweise die Fragen verändern, die bisher gestellt worden sind. Damit ist zugleich der Anspruch dieses Buchs umrissen: Es geht um den kommunikationswissenschaftlichen State of the Art in Sachen Bourdieu. Die Aufsätze, die in diesem Band versammelt sind, sollen einen Überblick über die Interpretationen und Anwendungen in unserem Fach erlauben.

3. Wie das Buch entstanden ist

Der gerade skizzierte Anspruch hat zu den Autorinnen und Autoren geführt. Gesucht wurde in den internationalen Top-Zeitschriften sowie in den Tagungsprogrammen der International Communication Association. Auch wenn Eigenlob nie opportun ist, sind wir stolz, für dieses Publikationsprojekt viele der zentralen Protagonisten gewonnen und dabei zugleich für eine gewisse Vielfalt gesorgt zu haben. Ein Blick in das Inhaltsverzeichnis zeigt, dass dies sowohl für die Herkunftsländer gilt (natürlich

Frankreich, aber auch die USA, Großbritannien und Skandinavien) als auch für die Forschungsfelder des Fachs.

Um das Kriterium ›Prominenz‹ zu erfüllen, sind wir Kompromisse eingegangen. Zwei der Texte (von Rodney Benson und Adrienne Russell) sind so bereits an anderer Stelle erschienen (wenn auch auf Englisch; vgl. BENSON 2005; RUSSELL 2007). Natürlich wäre es wünschenswert gewesen, den Ist-Stand von Bensons theoretischem Denken einzufangen und die Russell-Analyse der Proteste in Frankreich von 2005 auf einen aktuelleren Gegenstand anzuwenden (etwa auf den arabischen Frühling), die Qualität beider Texte entschädigt aber für den Verzicht auf Exklusivität. Bei drei weiteren Texten (Øyvind Ihlen, Erik Neveu, David W. Park) handelt es sich um überarbeitete Fassungen früherer oder geplanter Veröffentlichungen. Alle Autorinnen und Autoren wurden gebeten, nicht nur ihre Sicht auf Bourdieu darzulegen, sondern auch zu zeigen, welche Vorteile die Arbeit mit seinen Denkwerkzeugen bietet und wie sich dies mit anderen Ansätzen im jeweiligen Forschungsfeld verknüpfen lässt.

Übersetzungen sind immer eine besondere Herausforderung. Wir haben versucht, so nah wie möglich an den Originalen zu bleiben, und dafür auch komplexe Formulierungen und verschachtelte Satzkonstruktionen in Kauf genommen (etwa bei Lee Edwards und Erik Neveu). Diese Nähe schloss die Freiheit ein, ein erklärendes Wort einzufügen oder (beispielsweise) den Nominalstil aufzulösen, wenn es dem Ziel der Verständlichkeit zu dienen schien. Die Bourdieu-Zitate wurden ebenfalls (neu) übertragen und nicht aus den verfügbaren deutschen Fassungen der Originale übernommen. Übersetzungen sind immer auch Interpretationen, die von der Persönlichkeit des Übersetzers und dem jeweiligen Zeitgeist geprägt werden (gut zu studieren, wenn man etwa die deutschsprachigen Dostojewski-Ausgaben aus verschiedenen Jahrzehnten vergleicht). Ein Patchwork verschiedener Stile dürfte ein größeres Übel sein als die (mögliche) Neu-Formulierung vertrauter Gedanken.

Drei der hier veröffentlichten Texte kommen aus der deutschsprachigen Fachgemeinschaft. Wolfgang R. Langenbucher (2013) meinte zwar in der schon zitierten Rezension, Andreas M. Scheu (2012) sei hierzulande jetzt die einsame Spitze der Bourdieu-Rezeption, auch jenseits dieser neuen ›Münchener Schule‹ (Langenbucher) wird aber längst mit den entsprechenden Denkwerkzeugen gearbeitet. Wir sind mehr als froh, Klaus Beck (der gerade ein DFG-Projekt leitet, das sich auf Bourdieu stützt) und Helmut Scherer, der auch Studenten immer wieder in diese Richtung lenkt und zu

Vorträgen und Aufsätzen führt, für diese Publikation gewonnen zu haben. Benjamin Krämer, der bei Scherer in Hannover studiert hat und dann bei seiner Dissertation in München von Wolfram Peiser betreut wurde (KRÄMER 2013), steht so gesehen für die nächste Generation.

Die Gliederung folgt den Zielen des Buchs. Im ersten Block stehen Aufsätze, die eher programmatisch ausgerichtet sind und diskutieren, wie sich Bourdieu in den unterschiedlichen Forschungsfeldern des Fachs anwenden lässt:

- Journalismusforschung (Rodney Benson),
- Public Relations (Lee Edwards),
- Medieninhaltsforschung (Erik Neveu),
- Mediennutzung (Helmut Scherer) und
- Fachgeschichtsschreibung (David W. Park).

Auch in diesen Texten finden sich Hinweise auf die methodische Umsetzung – entweder mit Blick auf den Forschungsstand (etwa bei Park oder Scherer) oder als Kurzreferat eigener Studien (Edwards). Im zweiten Block stehen solche empirischen Anwendungen dann im Mittelpunkt. Die drei dort versammelten Fallstudien über den Journalismus sowie dessen Verhältnis zur Politik und zum sozialen Raum setzen die Kenntnis von Bourdieus Vokabular und Denken weitgehend voraus und demonstrieren, wie man ganz im Geist des Meisters ein nationales Feld analysieren kann (Frankreich: Julien Duval) und wie ein solches Feld mit neuen Publikationsmöglichkeiten (Handy-Fotos, Blogs, Podcasts, Online-Foren, Machinima) entweder sich verändert (wieder am Beispiel Frankreichs: Adrienne Russell) oder Veränderungsdruck auf andere Weise verarbeitet (in Deutschland nach dem Regierungsumzug von Bonn nach Berlin: Nicolas Hubé).

Block drei schließlich führt drei Aufsätze zusammen, die (wie der erste Block) konkrete Forschungsfelder thematisieren (Øyvind Ihlen: PR; Klaus Beck, Till Büser und Christiane Schubert: Mediennutzung; Benjamin Krämer: politische Kommunikation), dabei aber nicht nur pro Bourdieu argumentieren und seine Denkwerkzeuge übertragen, sondern diese Konzepte zugleich weiterentwickeln. Während Ihlen hier eher moderat vorgeht (eine neue Kapitalsorte, die umsichtig begründet wird), schlägt das Berliner Autorenteam um Beck eine komplett neue Terminologie vor. Neben Bourdieu wird dabei auch die Idee der Kommunikationsrepräsentanz aufgegriffen, die unter anderem von der Münchner Schule der Zeitungswissenschaft verwendet wird (vgl. exemplarisch WAGNER 1978). Ob sich die Begriffe ›medialer Habitus‹, ›mediales Kapital‹ und ›mediales Feld‹ durchsetzen, wird im wissenschaft-

lichen Diskurs entschieden. Wir verstehen die Texte dieses dritten Blocks als Beispiele für die Anwendungsmöglichkeiten, die Bourdieus Begriffswelt bietet, und als Diskussionsangebot. Wenn die Fachgemeinschaft darauf eingeht, hätte das Buch sein vornehmstes Ziel erreicht.

Verzichtet haben wir auf die ursprünglich geplante Einführung in die gerade angesprochene Begriffswelt. Zum einen sind sehr gute Bücher zu diesem Thema preiswert zu haben (SCHWINGEL 2011; BARLÖSIUS 2011; FUCHS-HEINRITZ/KÖNIG 2011; REHBEIN 2011), und zum anderen leisten dies die Aufsätze in diesem Sammelband im Zusammenspiel auch so. Bei Beck & Co. findet man zum Beispiel einen schnellen Zugang zu den Denkwerkzeugen Feld, Habitus und Kapital, bei Scherer und Ihlen Ähnliches zu Habitus und Kapital und bei Benson zu den Wurzeln der Feldtheorie. Park skizziert (gewissermaßen nebenbei) Bourdieus Sicht auf Reflexivität, Russell seine Vorstellungen zum Wandel von Feldern und Edwards den Begriff ›Doxa‹ sowie die Konzepte ›doppelter Bruch‹ und ›symbolische Macht‹. Vielleicht ist es kein Zufall, dass solche grundsätzlichen oder definitiven Passagen in den Texten aus Frankreich weitgehend fehlen – aus einem Land, in dem man die Kenntnis Bourdieus offenbar voraussetzen kann und dafür nicht mehr werben muss.

Literatur

- ALTMEPPE, KLAUS-DIETER; ARNOLD, KLAUS: *Journalistik. Grundlagen eines organisationalen Handlungsfeldes*. München 2013
- ALTMEPPE, KLAUS-DIETER; HANITZSCH, THOMAS; SCHLÜTER, CARSTEN (Hrsg.): *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation*. Wiesbaden 2007
- AVERBECK-LIETZ, STEFANIE: *Kommunikationstheorien in Frankreich. Der epistemologische Diskurs der Sciences de l'information et de la communication (sic) 1975-2005*. Berlin 2010
- AVERBECK, STEFANIE: Pierre Bourdieu und die Journalismusforschung in Deutschland. Vorbemerkungen zum Aufsatz von Gilles Bastin. In: *Publizistik*, 48, 2003, S. 253-257
- BARLÖSIUS, EVA: *Pierre Bourdieu*. Frankfurt/M. 2011
- BASTIN, GILLES: Ein Objekt, das sich verweigert. Der Journalismus in der Soziologie Pierre Bourdieus. Einige Bemerkungen über das »journalistische Feld«. In: *Publizistik*, 48, 2003, S. 258-273

- BAUER, ULLRICH; BITTLINGMAYER, UWE H.; KELLER, CARSTEN; SCHULTHEIS, FRANZ (Hrsg.): *Bourdieu und die Frankfurter Schule. Kritische Gesellschaftstheorie im Zeitalter des Neoliberalismus*. Bielefeld 2013
- BECK, KLAUS: *Kommunikationswissenschaft*. Konstanz 2010
- BENSON, RODNEY: News Media as a »Journalistic Field«: What Bourdieu Adds to New Institutionalism, and Vice Versa. In: *Political Communication*, 23, 2006, S. 187-202
- BENSON, RODNEY; NEVEU, ERIK (Hrsg.): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK 2005
- BENTELE, GÜNTER; BROSIUS, HANS-BERND; JARREN, OTFRIED (Hrsg.): *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden 2003
- BENTELE, GÜNTER; BROSIUS, HANS-BERND; JARREN, OTFRIED (Hrsg.): *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden 2013
- BENTELE, GÜNTER; FRÖHLICH, ROMY; SZYSZKA, PETER (Hrsg.): *Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon*. Wiesbaden 2008
- BOHN, CORNELIA; HAHN, ALOIS: Pierre Bourdieu. In: KÄSLER, DIRK (Hrsg.): *Klassiker der Soziologie. Band 2: Von Talcott Parsons bis Pierre Bourdieu*. München 2002, S. 252-271
- BOURDIEU, PIERRE: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt/M. 1982
- BOURDIEU, PIERRE: *Homo academicus*. Frankfurt/M. 1988
- BURKART, ROLAND: *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. Wien 2002
- DUDENHÖFFER, KATHRIN; MEYEN, MICHAEL: Digitale Spaltung im Zeitalter der Sättigung. Eine Sekundäranalyse der ACTA 2008 zum Zusammenhang von Internetnutzung und sozialer Ungleichheit. In: *Publizistik*, 57, 2012, S. 7-26
- FUCHS-HEINRITZ, WERNER; KÖNIG, ALEXANDRA: *Pierre Bourdieu. Eine Einführung*. Konstanz 2011
- GIDDENS, ANTHONY: *Die Konstitution der Gesellschaft*. Frankfurt/M. 1995
- HAFERKAMP, NINA; HERBERS, MARTIN R.: What if Bourdieu Had Played FarmVille? Examining Users' Motives for Playing the Browser Game FarmVille in Relation to Socio-demographic Variables. In: *Publizistik*, 57, 2012, S. 205-223
- HANITZSCH, THOMAS: Die Struktur des journalistischen Felds. In: ALTMEPPEN, KLAUS-DIETER; HANITZSCH, THOMAS; SCHLÜTER, CARSTEN

- (Hrsg.): *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation*. Wiesbaden 2007, S. 239 - 260
- HANITZSCH, THOMAS: Populist Disseminators, Detached Watchdogs, Critical Change Agents and Opportunist Facilitators: Professional Milieus, the Journalistic Field and Autonomy in 18 Countries. In: *International Communication Gazette*, 73, 2011, S. 477 - 494
- HARDT, HANNO: Am Vergessen scheitern. Essay zur historischen Identität der Publizistikwissenschaft, 1945 - 1968. In: *Medien & Zeit*, 17 (2 - 3), 2002, S. 34 - 39
- HUBER, NATHALIE: *Kommunikationswissenschaft als Beruf. Zum Selbstverständnis von Professoren des Faches im deutschsprachigen Raum*. Köln 2010
- JANDURA, OLAF; MEYEN, MICHAEL: Warum sieht der Osten anders fern? Eine repräsentative Studie zum Zusammenhang zwischen sozialer Position und Mediennutzung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 58, 2010, S. 208 - 226
- JOAS, HANS; KNÖBL, WOLFGANG: *Sozialtheorie. Zwanzig einführende Vorlesungen*. Frankfurt/M. 2004
- KRÄMER, BENJAMIN: *Mediensozialisation. Theorie und Empirie zum Erwerb medienbezogener Dispositionen*. Wiesbaden 2013
- KUNCZIK, MICHAEL; ZIPFEL, ASTRID: *Publizistik. Ein Studienhandbuch*. Köln 2005
- LANGENBUCHER, WOLFGANG R.: [Rezension] Andreas M. Scheu: Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft. Eine Verdrängungsgeschichte? In: *Publizistik*, 58, 2013, S. 115 - 117
- LIES, JAN (Hrsg.): *Public Relations. Ein Handbuch*. Konstanz 2008
- LÖBLICH, MARIA: *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft*. Köln 2010
- LÖFFELHOLZ, MARTIN: *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden 2004
- MEIER, KLAUS: *Journalistik*. Konstanz 2011
- MEIER, KLAUS; NEUBERGER, CHRISTOPH (Hrsg.): *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven*. Baden-Baden 2013
- MEYEN, MICHAEL: Medienwissen und Medienmenüs als kulturelles Kapital und als Distinktionsmerkmale. Eine Typologie der Mediennutzer in Deutschland. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 55, 2007, S. 333 - 354

- MEYEN, MICHAEL: Das journalistische Feld in Deutschland. Ein theoretischer und empirischer Beitrag zur Journalismusforschung. In: *Publizistik*, 54, 2009, S. 323-345
- MEYEN, MICHAEL: ICA Fellows: A Collective Biography. In: *International Journal of Communication* [Online], 6, 2012, S. 2378-2396
- MEYEN, MICHAEL; LÖBLICH, MARIA: *Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland*. Konstanz 2006
- MEYEN, MICHAEL; LÖBLICH, MARIA; PFAFF-RÜDIGER, SENTA; RIESMEYER, CLAUDIA: *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden 2011
- MEYEN, MICHAEL; WENDELIN, MANUEL (Hrsg.): *Journalistenausbildung, Empirie und Auftragsforschung*. Köln 2008
- NOELLE-NEUMANN, ELISABETH; WILKE, JÜRGEN; SCHULZ, WINFRIED (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt/M. 2009
- PARK, DAVID W.: *A Critical Introduction to Media and Communication Theory: Pierre Bourdieu*. New York 2013
- PÜRER, HEINZ: *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz 2003
- RAABE, JOHANNES: *Die Beobachtung journalistischer Akteure. Optionen einer empirisch-kritischen Journalismusforschung*. Wiesbaden 2005
- RAABE, JOHANNES: Kommunikation und soziale Praxis. Chancen einer praxistheoretischen Perspektive für Kommunikationstheorie und -forschung. In: WINTER, CARSTEN; HEPP, ANDREAS; KROTZ, FRIEDRICH (Hrsg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden 2008, S. 363-381
- REHBEIN, BOIKE: *Die Soziologie Pierre Bourdieus*. Konstanz 2011
- RODES, JEAN-MICHEL; HOOG, EMMANUEL: *Pierre Bourdieu et les médias*. Paris 2004
- RÖTTGER, ULRIKE (Hrsg.): *Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung*. Wiesbaden 2009
- RUSSELL, ADRIENNE: Digital Communication Networks and the Journalistic Field: The 2005 French Riots. In: *Critical Studies in Media Communication*, 24, 2007, S. 285-302
- SCHÄFER, SABINE: Journalismus als soziales Feld. Das relationale Denken Pierre Bourdieus als Grundlage für eine Journalistentheorie. In: LÖFFELHOLZ, MARTIN (Hrsg.): *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. Wiesbaden 2004, S. 321-334

- SCHERER, HELMUT; SCHMID, HANNAH; LENZ, MICHAEL; FISCHER, RICO: Reine Geschmacksache? Der Kinobesuch als Mittel zur sozialen Abgrenzung. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57, 2009, S. 484-499
- SCHEU, ANDREAS M.: *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft. Eine Verdrängungsgeschichte?* Köln 2012
- SCHWEIGER, WOLFGANG: *Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung.* Wiesbaden 2007
- SCHWINGEL, MARKUS: *Pierre Bourdieu zur Einführung.* Hamburg 2011
- STÖBER, RUDOLF: *Kommunikations- und Medienwissenschaften. Eine Einführung.* München 2008
- ŠUBER, DANIEL; SCHÄFER, HILMAR; PRINZ, SOPHIA (Hrsg.): *Pierre Bourdieu und die Kulturwissenschaften. Zur Aktualität eines undisziplinierten Denkens.* Konstanz 2011
- THOMSON REUTERS: ICI Web of Science 2007. In: *Times Higher Education* vom 26. März 2009
- WAGNER, HANS: *Kommunikation und Gesellschaft. Teil I: Einführung in die Zeitungswissenschaft.* München 1978
- WEISCHENBERG, SIEGFRIED: *Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation.* 2 Bände. Wiesbaden 2002, 2004
- WEISS, RALPH: »Praktischer Sinn«, soziale Identität und Fern-Sehen. Ein Konzept für die Analyse der Einbettung kulturellen Handelns in die Alltagswelt. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 48, 2000, S. 42-62
- WEISS, RALPH: Pierre Bourdieu – Habitus und Alltagshandeln. In: HEPP, ANDREAS; KROTZ, FRIEDRICH; THOMAS, TANJA (Hrsg.): *Schlüsselwerke der Cultural Studies.* Wiesbaden 2009, S. 31-46
- WENDELIN, MANUEL: Systemtheorie als Innovation in der Kommunikationswissenschaft. Inhaltliche Hemmnisse und institutionelle Erfolgsfaktoren im Distributionsprozess. In: *Communicatio Socialis*, 41, 2008, S. 341-359
- WIEDEMANN, THOMAS: *Walter Hagemann. Aufstieg und Fall eines politisch ambitionierten Journalisten und Publizistikwissenschaftlers.* Köln 2012
- WILLEMS, HERBERT: Elemente einer Journalismustheorie nach Bourdieu. In: ALTMEPPE, KLAUS-DIETER; HANITZSCH, THOMAS; SCHLÜTER, CARSTEN (Hrsg.): *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation.* Wiesbaden 2007, S. 215-238