Soweit folgt man dem Autor gerne. Sein Konzept ist theoretisch überzeugend und bietet Chancen auch für die Praxis. Beim Blick auf die empirische Überprüfung der Vorannahmen zeigen sich aber Schwächen. 16 Redaktionskonferenzen beobachtet und ausgewertet zu haben, ist zunächst eine große Leistung und auch methodisch interessant, wird doch die Beobachtung eher selten eingesetzt. Für die Feldarbeit hat Vicari studentische Beobachter eingesetzt und begründet dies, wie ich finde, mangelhaft. Da sie „Journalistenschüler" gewesen seien, hätten die Beobachteten sie als „zugehörig zum System wahrgenommen". Dem Wesen der Beobachter wird zugleich zugetraut, die Beobachteten zur „Erklärung des eigenen Tuns" anzuregen – um bald danach das methodische Problem der Reaktivität zu diskutieren und als gering einzuschätzen. Das ist widersprüchlich.

In der Auswertung der zugelieferten Beobachtungsprotokolle unterlaufen Vicari einige quasi naturgesetzliche Formulierungen, deren Inhalt man in Zweifel ziehen muss: „Es braucht nicht mehr als die knappe Formulierung ‚Was gibt's?', um die Redaktion in Kompositionsmodus zu versetzen." Muss ein Chefredakteur in der Titelseitenkonferenz – und die allein hat Vicari fokussieren lassen – wirklich nicht mehr leisten? Sind alle Redakteure hochmotivierte Komponisten, die auf ein Fingerschnippen hin aktiv werden? Blattmachen kann laut Vicari „kaum scheitern" – „Blattmachen gelingt vermutlich sogar ohne Blattmacher". Das hört sich mehr ontologisch als empirisch an.

Natürlich setzt sich Vicari auch mit dem sprichwörtlichen „Bauchgefühl" von Chefredakteuren auseinander, und sicherlich hat er Recht mit seiner Diagnose, dass Komposition in modernen Redaktionen mit ihren selbstbewussten und kreativen Mitgliedern nicht aus Monopolentscheidungen herrührt. Die Belege aber bleiben schwach. Die Beobachtung bei der *B.Z.* etwa, dass der Entscheider „Chefredakteur" nur bei sechs von etwa 50 in der Konferenz behandelten Themen mit Nachfragen „interveniert", ist nicht unbedingt ein Zeichen für kompositorischen Teamgeist, sondern kann genauso gut Gleichgültigkeit oder Einfallslosigkeit anzeigen. Der Ehrgeiz, mit dem Vicari seine These 7 – Komposition ist nicht an individuelle Macht gekoppelt – zu beweisen versucht, hat sich mir nicht erschlossen. Entsprechend skeptisch beurteile ich seine Schlussfolgerung: „Komposition als Programm der Freiheitsgrade hat sich auch Machtfreiheit bewahrt."

Fazit: Den Anspruch, klären zu wollen, „welche Gesetze hinter einer guten Mischung stecken, die jeder Leser und jede Journalistin intuitiv am Kiosk erkennt", kann Vicari nur bedingt einlösen – zumal er zu dem Schluss kommt, es hätten sich keine Fixierungen von Kompositionsregeln gefunden, ja es gebe sie nicht. Insgesamt liegt hier aber ein Werk vor, das insbesondere Inhaltsanalysen eine neue Richtung geben kann.

Volker Lilienthal

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

Internationale Perspektiven
Köln: von Halem, 2013. – 296 S.
ISBN 978-3-86962-086-2
(Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft; 13)

In einer „Komfortzone" von „Theorien mittlerer Reichweiten" habe es sich die Kommunikationswissenschaft bequem gemacht und riskiere damit nicht nur ihre interdisziplinäre Anschlussfähigkeit und Drittmittelzuwendungen, sondern letztlich auch ihre gesellschaftliche Relevanz, konstatieren die Herausgeber in ihrer Einleitung. Im Fach dominierten psychologische Konzepte und Methoden sowie Ansätze mittlerer Reichweite, die die Kommunikationswissenschaft zu einer Subdisziplin der Psychologie machten.

Daher plädieren Michael Meyen und Thomas Wiedemann für die Nutzung „großer Theorien", worunter sie „Ansätze mit einem Erklärungsanspruch jenseits konkreter Gegenstände" verstehen. Sie stellten „zuallererst Begriffe bereit, die einen Zugang zur Realität erlauben" und so überhaupt erst eine Erkenntnisperspektive schaffen. Als fundamentale Denk- und Erkenntniswerkzeuge stellen sie eine Art erkenntnistheoretisches Apriori dar, das unterschiedliche Gegenstandsbereiche – bspw. auch aus der Kommunikationswissenschaft – neu beleuchtet. Einziges Beispiel einer solchen „großen Theorie", die in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft aufgenommen worden sei, sei die Systemtheorie. Eine andere Großtheorie wurde von dem 2002 verstorbenen französischen Soziologen Pierre Bourdieu im Laufe von mehr als 40 Jahren entwickelt.

Für dessen Ansatz möchten die Herausgeber mit ihrem Band „Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft" im Rahmen ihrer „Mission" nach eigener Aussage „werben" – ihre Werbebotschaft könnte vollmundiger kaum sein: Bourdieus Denkwerkzeuge „eignen

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2015-1-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

sich für viele (wenn nicht für alle) Fragestellungen in der Kommunikationswissenschaft" (S. 7). In ihrem Band versammeln sie elf Texte, die als „Testimonials" (ebd.) diese Werbebotschaft belegen sollen. Da acht der Texte von nicht-deutschen Autorinnen und Autoren stammen, reklamiert der Band im Untertitel „internationale Perspektiven" für sich.

Dass Bourdieus Theorie für eine solch vollmundige Versprechung in Dienst genommen werden kann, liegt daran, dass sie in der Tat ein ungeheures und noch nicht annähernd ausgeschöpftes Potenzial auch für kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen bietet. Ein Grund für das reiche Anschluss- und Inspirationspotenzial mag darin liegen, dass Bourdieu über das für ihn zentrale Konzept des Habitus eine Mikro- mit einer Makroperspektive verbindet: Er verknüpft damit die beiden großen sozialwissenschaftlichen Untersuchungsebenen – die Ebene des Handelns auf der einen Seite, und die sozialstrukturelle Ebene auf der anderen Seite. Die Überwindung der Dichotomie zwischen diesen beiden Ebenen, die Aufhebung des vermeintlichen Gegensatzes von Subjektivismus und Objektivismus, von Sozialphänomenologie und Sozialstrukturalismus hat Bourdieu wiederholt als die „wichtigste Absicht" seiner Arbeit (z. B. ders. in „Rede und Antwort", S. 137) bezeichnet.

Beide Ebenen sind für kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen hochgradig relevant. Für beide Ebenen liefert Bourdieu originelle, miteinander verbundene Konzeptionen, die nicht ohne einander gedacht werden können. Mit seiner praxeologischen Handlungstheorie wendet er sich gegen eine intentionslogische, zweckrationale, nutzenmaximierende, individualistische, sich selbst transparente Konzeption vom Handeln, wie sie bspw. mit dem homo oeconomicus verbunden ist. Handeln folgt nach Bourdieu vielmehr einer „Logik der Praxis", d. h. auf Basis vorbewusster, inkorporierter, kollektiv geteilter, intentionsloser Handlungsschemata, die in der Sozialisation erworben wurden und die die Spuren ihrer sozialen Herkunft tragen. Sie geben dem Handeln einen charakteristischen Stil, den „modus operandi", der nicht nur für einen einzelnen Akteur, sondern für seine gesamte Gesellschaftsfraktion typisch ist. Diese wahrnehmbaren und Wahrnehmung erzeugenden Dispositionen bilden den Habitus, der durch die soziale Lage seines Trägers geprägt ist.

Daran schließt sich die sozialstrukturelle Perspektive Bourdieus an: Die sozialen Akteure sind relational zueinander in einem sozialen Raum verortet, wobei sie ihre Position aufgrund ihrer jeweiligen Kapitalausstattung erlangen. Aus diesen unterschiedlichen Positionierungen ergeben sich verschiedene Konfliktlinien, die ihre spezifische Färbung durch die Logik des jeweiligen sozialen Feldes – der Wissenschaft, der Kunst, der Religion u. a. m. – erlangen, wodurch eine differenzierende Mesoebene eingeschoben wird.

Anknüpfungspunkte für die Kommunikationswissenschaft bietet Bourdieu demnach zuhauf – leider löst der vorliegende Band sein Werbeversprechen („*alle* Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft") nur sehr eingeschränkt ein und präsentiert quasi einen „halbierten" Bourdieu: Acht der elf Beiträge konzentrieren sich auf die Feldtheorie (ein weiterer Aufsatz verweigert sich Bourdieu nahezu komplett), so dass der Fokus einseitig und verkürzend auf der Mesoebene liegt – eine Anwendung von Bourdieus praxeologischer Handlungstheorie auf Fragen der Kommunikationswissenschaft sucht man in dem Band bspw. vergebens.

So beackert der Band das journalistische Feld (Rodney Benson, Julien Duval, Adrienne Russel), das Feld der PR (Lee Edwards), das kommunikationswissenschaftliche Feld (David P. Park), das politische Feld (Nicolas Hubé), das Feld der Wirtschaft (Øyvind Ihlen) und das mediale Feld (Klaus Beck, Till Büser und Christiane Schubert). Dass es sich bei dieser Vielzahl an Feldern aber immer um „Spielfelder" handelt, in denen sich soziale Akteure tummeln, die einen inkorporierten Sinn für die jeweiligen Spiele (oder Kämpfe) haben, die der „Illusio" anhängen, dass etwas ‚auf dem Spiel' steht, das erhebliche Spieleinsätze wert ist, die dabei Strategien ohne bewusste Absichten verfolgen, die über unterschiedliche „Trümpfe" in den Spielen verfügen, die zutiefst kollektiv geprägt sind – all diese Kernelemente der Bourdieu'schen Theorie entgehen dem Bourdieu-Neuling weitgehend, an den sich der Band ausdrücklich auch wendet (S. 7).

So verbleiben die Beiträge nahezu ausschließlich auf der Mesoebene und verschenken dadurch den analytischen Gewinn, der sich aus der Betrachtung des Zusammenspiels von Makro-, Mikro- und Mesoebene, bzw. von Kapital, Habitus und Praxis ergeben könnte (Ausnahmen: Die Beiträge von Park und Beck et al.). Schmal ist auch der kommunikationswissenschaftliche Gegenstandsbezug. Um den Nachweis zu erbringen, dass sich Bourdieu tendenziell für „alle" (S. 7) Fragestellungen in der Kommunikationswissenschaft eignet, hätte man den Bogen schon weiter fassen müssen. Für sich betrachtet verhelfen die einzelnen Bei-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2015-1-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

träge zumeist zu durchaus erhellenden Einblicken in ihre Themengebiete, in ihrer Zusammenstellung erscheint der Band jedoch unausgewogen.

Aus Platzgründen soll hier nur auf die Beiträge der deutschsprachigen Autoren ausführlicher eingegangen werden.

Von „medialem Feld" sprechen Klaus Beck, Till Büser und Christiane Schubert. Anders als die meisten andern im Band versammelten Beiträge vermitteln sie jedoch eine Vorstellung davon, dass Bourdieus Theoriebaukasten mehr als nur die „Feldtheorie" zu bieten hat. Die Autoren arbeiten die Verzahnung von „Feld", „Habitus" und „Kapital" deutlich heraus und streben eine „Erklärung von wechselseitiger sozialer Bedingtheit von individuellem Medienhandeln und medialen Strukturen" an ohne dabei „in die Falle des sozialstrukturellen Determinismus noch in die des individualistischen Voluntarismus" (S. 235) gehen zu wollen. Zu diesem Zweck werden die zentralen Begriffe Bourdieus mit dem Epitheton „medial" versehen: Mediales Feld, mediales Kapital, medialer Habitus. Der Gewinn, den die Konstruktion eines „medialen Feldes" mit sich bringt, wird jedoch nicht so recht deutlich. Dafür werden einige Nachteile sichtbar: Ein Feld wird durch eine bestimmte Logik geprägt, eine „illusio", die allen Akteuren im Feld gemeinsam ist, über das, was in dem Feld „auf dem Spiel" steht. Da das mediale Feld nach dem Willen der Autoren Information und Unterhaltung gleichermaßen umfassen soll, muss die illusio beide Bereiche abdecken. „Kommunikationsrepräsentanz" lautet der Vorschlag (S. 242) – ein Konzept, das sehr der journalistischen Logik verhaftet zu sein schein. Für den Bereich der Unterhaltung wird diese illusio, also das, was die Akteure antreibt, als „Repräsentanz von Lebensstilen" (S. 243) interpretiert – ist es das, worum es Machern wie Zuschauern von „Dschungelcamp" im tiefsten Inneren geht? Damit rückt eine zweite konzeptionelle Entscheidung bei der Konstruktion des medialen Feldes in den Blick, deren analytischer Gewinn ebenfalls nicht klar wird: Die Verortung von Produzenten und Rezipienten in ein und demselben Feld – gelten für beide Akteursgruppen wirklich die gleichen illusiones? Treibt den BILD-Redakteur das gleiche „Feuer" wie den BILD-Leser?

Dass damit Erkenntnismöglichkeiten verschenkt werden, zeigt schließlich die Übersicht über die „Struktur und Positionen im Feld der Medien" (S. 244): Rezipienten können aufgrund ihrer begrenzten Publikationsmacht und Kommunikationsrepräsentanz per definitionem nur in der unteren Hälfte des Feldes verortet werden. Damit wird aber eine (bei Bourdieu mögliche) Homologie der Feldpositionen von Produktion und Rezeption systematisch unsichtbar gemacht: Rezipienten sind den Produzenten immer untergeordnet.

Als eine spezifische Mischung aus den „klassischen" Kapitalarten entwickeln die Autoren das „mediale Kapital" – aber auch hier führt die Verortung von Produktion und Rezeption in einem Feld zu merkwürdigen Unwuchten: In seiner objektivierten Form fällt unter mediales Kapital das Pay TV-Abonnement genauso wie der Besitz eines Medienunternehmens (S. 246) – eine so große Spanne an medialem Kapital mit einer „Elle" messen zu wollen, dürfte nicht ganz einfach sein. Auf der Rezipientenseite komme dem ökonomischen Kapital keine große Rolle zu, da der Preis hierzulande kaum eine Einstiegsbarriere für die Mediennutzung darstelle, hohe Bedeutung habe dagegen das kulturelle Kapital (S. 246). In weiten Teilen sei die Entwicklung des medialen Kapitals mit dem kulturellen Kapital verzahnt und laufe mit ihm sogar parallel (S. 251). Welchen Mehrwert an Erklärungskraft dann das mediale gegenüber dem kulturellen Kapital haben könnte, erschließt sich dem Leser nicht.

Mit dem Begriff des „medialen Habitus" rücken die Autoren schließlich die Bedeutung des „praktischen Sinns" bei der Mediennutzung (für die Produktion spielt er offenbar keine Rolle?) in den Blick und betonen, dass er nicht auf habitualisierte Medienhandlungen reduziert werden dürfe, sondern auch kreative Momente des Handelns umfasse (S. 253). Ihm soll in den Dimensionen „Medienrepertoires", „Medienstil" und „Medienbewertungen" nachgespürt werden. Die Auffächerung dieser Dimensionen sind einleuchtend, allerdings auch nicht zwingend habitusspezifisch – inwieweit wird hier den Besonderheiten eines „praktischen Sinns" der Mediennutzung Rechnung getragen, der „jenseits von Bewusstsein und diskursivem Denken" (Bourdieu: Die feinen Unterschiede, S. 730) operiert, nicht zuletzt auch in methodischer Hinsicht?

Zu einem Beitrag gezwungen wurde offenbar Helmut Scherer („Mediennutzung und soziale Distinktion"). Denn mit Bourdieu hat Scherer wenig am Hut: Das, was Bourdieus Praxeologie vom handlungstheoretischen Mainstream abhebt, wird von Scherer konsequent und explizit eliminiert. Zuerst geht es der „intentionslosen Intentionalität" an den Kragen, mit der Bourdieu das Paradox des wie zielgerichtet wirkenden Handelns erklärt, ohne dass auf Seiten der Akteure ein strategischer Plan dahinterstünde. Scherer referiert diese Position Bourdieus, um

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2015-1-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

dann bruchlos fortzufahren: „Es gibt aber sozialpsychologische Ansätze, welche (...) von einem strategischen Einsatz der Mittel ausgehen“ (S. 103). Diese Ansätze sagen Scherer anscheinend mehr zu und so bleibt er bei ihnen, anstatt sich mit Bourdieu abzugeben. Als nächstes „killt“ Scherer den grundlegend kollektiven Charakter von Bourdieus Habituskonzept („Wenn man vom Habitus redet, dann geht man davon aus, dass das Individuelle (...) etwas Gesellschaftliches ist, etwas Kollektives.“ Bourdieu: Reflexive Anthropologie, S. 159), indem er es „als individualistische(n) Ausdruck der Soziologie Bourdieus“ (S. 104) deutet. Sodann wendet er sich dem Konzept der sozialen Identität zu (S. 104f.), das er offenkundig interessanter findet als Bourdieus Habitustheorie. Beiläufig unterstellt Scherer Bourdieus Handlungstheorie das Prinzip der Zwangsläufigkeit (S. 105 – Bourdieu versteht den Habitus dagegen dezidiert nicht-deterministisch als „ein Erfindungsprinzip, [...] das relativ unvorhersehbares Verhalten erzeugt, freilich innerhalb bestimmter Grenzen“; Satz und Gegensatz, S. 33), um dann festzustellen, dass Zwangsläufigkeit und Motiviertheit einander nicht ausschlössen.

Nachdem Scherer Bourdieu so konsequent „kastriert“ hat, bleibt ihm die von ihm selbst als „Binsenweisheit“ (S. 106) deklarierte Erkenntnis, dass „sich unterschiedliche soziale Gruppen durch unterschiedlichen Mediengebrauch“ (ebd.) auszeichnen. Im Weiteren referiert er Untersuchungsergebnisse, „die nicht im notwendigen Gegensatz zum Habituskonzept“ stehen (S. 116), die „zumindest beleg(en), dass unser Mediengebrauch soziale Konsequenzen für uns hat“ (ebd.) und die zeigen, „dass Medien uns ein Bild von sozialen Gruppen vermitteln“ (ebd.). Scherers legitimes Anliegen ist es offenkundig, Bourdieus Theorie mit vorhandenen Befunden in Einklang zu bringen. Kurios mutet es jedoch an, dass er dafür Bourdieus Ansatz in das Prokrustesbett herkömmlicher Theorien und Modelle zwängt und das, was an ihm widerständig und originell ist, abschneidet und zurechtstutzt. Mit Blick auf Bourdieus „homo academicus“ drängt sich die Vermutung auf, hier einem Abwehrversuch der kommunikationswissenschaftlichen Orthodoxie gegen unliebsame Irritationen beizuwohnen, die sie aus ihrer „Komfortzone“ (Einleitung der Herausgeber) hergebrachter Denkweisen vertreiben könnten.

In feinsinniger Weise rekonstruiert Benjamin Krämer dagegen Bourdieus „kantianisch-antikanischischen Modus Operandi“ (S. 263) und wendet ihn auf die Analyse der politischen Urteilskraft und der politischen Kommunikation an. Scholastische Fehlschlüsse identifiziert er u. a. bei der angewandten Meinungsforschung, deren vermeintlich neutrale Erhebungsmethoden die Problemdeutungen der Befragten systematisch verfehlten, da sie ihnen ihre eigene, subjektive und sozio-historisch partikulare Perspektive als universelle unterschieben – was bereits damit beginnt, dass sie das Haben einer Meinung als Norm unterstellt (S. 269). Kundig und mit feiner Ironie leistet Krämer Arbeit am Begriff der (öffentlichen) Meinung und plädiert für eine soziale und historische Ebenendifferenzierung, die es zugleich erlaube, „Meinungsverhältnisse (...) als ein System von Kräften und Spannungen“ zu begreifen (S. 270) und nicht „einfach als Aufsummierung fraglos gegebener individueller Meinungen“ (ebd.).

Ebenso erhellend sind Krämers stark an Bourdieu orientierte Überlegungen zur Performativität politischer Kultur sowie zu Theorie- und Medieneffekten. In vorzüglicher Weise erreicht Krämer sein selbstgestecktes Ziel, Bourdieus Begriffsinventar nicht lediglich zu adaptieren, sondern eigenständige „Theoriearbeit mit Bourdieu und über ihn hinaus“ (S. 283) zu leisten. En passant wird dabei spürbar, dass es auch einen wissenschaftlichen Habitus gibt: Krämers Anverwandlung von Bourdieus modus operandi reicht bis zur mimetischen Übernahme jenes für Bourdieu charakteristischen, zugleich luziden wie opaken Denk-, Schreib- und Argumentationsstils, dessen beiläufige Polemik gegen alles und jeden den Leser bisweilen mit ergriffener Ratlosigkeit zurücklässt. Auch deshalb stellt Benjamin Krämers Beitrag für mich den Höhepunkt des Bandes dar.

Das Verdienst des Bandes besteht darin, neben den deutschsprachigen Originaltexten einige inspirierende Aufsätze, die an entfernten Orten erschienen sind, in deutscher Übersetzung zugänglich gemacht zu haben. Kritik ziehen daher weniger die einzelnen Beiträge als vielmehr ihre unausgewogene, z. T. kuriose Auswahl (Scherer) auf sich, durch die ein „halbierter Bourdieu“ präsentiert wird. Dies beißt sich mit dem hohen Anspruch des Bandes, „den kommunikationswissenschaftlichen State of the Art in Sachen Bourdieu“ (S. 12) präsentieren zu wollen.

Eine erhebliche Diskrepanz zwischen großspuriger Behauptung und dürftiger Herausgeberleistung zeigt sich auch bei der Zielgruppenorientierung: Der Band will gezielt auch Bachelorstudierende (!) auf der Suche nach einem Thema für ihre Abschlussarbeit ansprechen (S. 7). Unverständlich erscheint da der totale Verzicht auf Vermittlung, Einordnung und Erläuterung: Eine eigenständige Einführung in die

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2015-1-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

zentralen Begrifflichkeiten Bourdieus wurde mit der Begründung weggelassen, es gebe „preiswerte" Bücher zum Thema, und die im Band versammelten Beiträge würden dies „im Zusammenspiel auch so" leisten (S. 15). Eine dezidiert kommunikationswissenschaftliche Einführung findet sich jedoch in den genannten (preisgünstigen) Einführungsbüchern nicht und aufgrund ihrer feldtheoretischen Einseitigkeit können auch die im Band versammelten Beiträge nicht zu einem vollständigen Überblick über die Begriffswelt Bourdieus verhelfen.

Wenig Orientierung bietet auch die Gliederung des Bandes – sie folgt weder Themengebieten der Kommunikationswissenschaft noch den unterschiedlichen Perspektiven Bourdieus, sondern gruppiert die einzelnen Beiträge in die nicht sehr trennscharfen Abschnitte „Forschungsfelder", „Anwendungen" und „Entgrenzungen".

Wünschenswert wäre überdies – nicht nur für die Bachelorstudierenden – eine methodologische Reflexion gewesen. Sie hätte den Brückenschlag zu leisten von der Theorie großer Reichweite, die aufgrund ihres Abstraktionsniveaus recht weit von empirischen Gegenständen angesiedelt ist, hin zu den spezifischen gegenstandstheoretischen Fragestellungen der Disziplin, und hätte dabei Fragen adäquater Methoden zu diskutieren: Wenn sich habitusspezifische Praktiken „jenseits von Bewusstsein und diskursivem Denken" (Bourdieu s. o.) vollziehen, wie sind dann Erhebungen mit Hilfe expliziter Befragung zu beurteilen? Welches Methodeninventar wird der grundlegend kollektiven Fundierung des Habitus gerecht? Solche Fragen werden im vorliegenden Band jedoch nicht gestellt, geschweige denn beantwortet.

So verdienstvoll und berechtigt das Plädoyer der Herausgeber für eine stärkere Berücksichtigung von Theorien großer Reichweite in der Kommunikationswissenschaft ist und so sehr hier die Theorie Bourdieus in Betracht zu ziehen wäre, so sehr bleibt der Band hinter seinem Anspruch zurück: Bourdieu hätte eine bessere Werbung verdient gehabt.

Burkard Michel

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2015-1-98 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -