

David W. Park

Pierre Bourdieu

A Critical Introduction to Media and Communication Theory

New York: Lang, 2014. – 172 S.

ISBN 978-1-4331-0858-7

Schon in den ersten Zeilen des vorliegenden Buches lässt dessen Autor die Spezifität seines Ansatzes erkennen: „The question of what compels a communication scholar such as myself to become interested in Bourdieu’s ideas is the kind of question that would have interested Bourdieu. My preparation for Bourdieusian thought derived in no small part from my experiences in college radio. When I was a college radio dj, I was immersed in a subculture dedicated to a feverish exploration of all kinds of music.“

Ganz gewiss hätte es Bourdieu (1930–2002) interessiert, wie das aussieht, wenn ein US-amerikanischer Medien- und Kommunikationswissenschaftler und ehemaliger Campus-Radio-DJ sich seiner, Bourdieus, medien- und kommunikations- sowie im weiteren Sinne kulturbbezogenen Überlegungen und Praktiken bedient, um andere in die medien- und kommunikationstheoretischen Überlegungen à la Bourdieu einzuführen. Und das allein schon deshalb, weil diese nicht in einer einzigen Arbeit, sondern über eine ganze Reihe von Publikationen und über einen längeren Zeitraum hin artikuliert worden sind. Es geht also in der vorliegenden Einführung darum, à la Bourdieu über dessen zentrale Konzepte und Positionen so weit zu informieren, wie diese für die Medien- und Kommunikationswissenschaften einschlägig und relevant sind. Dies alles geschieht mit Bezug auf eigene Positionen, aktuelle Probleme und Fragestellungen sowie unter Berücksichtigung der neueren, vornehmlich anglophonen und US-amerikanischen Fachliteratur.

Park ist dabei eine ebenso eindringliche wie differenzierte und überzeugende Darstellung gelungen. Sie bietet einen systematisierenden und durchaus kritischen Rückblick und sie zieht aktuelle Entwicklungen im Bereich von Kommunikation und Medien ein. Bei all dem wird die ungebrochene Aktualität von Bourdieus Ansatz für die Auseinandersetzung mit Medien- und Kommunikationstheorie sowie mit medialen und kommunikativen Praktiken deutlich gemacht und Perspektiven für eine entsprechende Weiterarbeit werden aufgezeigt. Dies alles geschieht in sechs Kapiteln und auf 139 Seiten, deren Lektüre sich unbedingt lohnt.

Im ersten Kapitel (*Pierre Bourdieu’s Legacy and the Study of Communication*) weist Park darauf hin, dass Bourdieu einer der weltweit bekannten und meistzitierten französischen Wissenschaftler und Intellektuellen ist und führt ebenso kurz wie präzise in drei Kernbegriffe Bourdieus ein, nämlich „Habitus“, „Feld“ und „Kapital“. Diese werden in den folgenden Kapiteln differenziert und sukzessive im weiteren theoretischen und analytischen Rahmen des Ansatzes von Bourdieu intensiv verortet, kommentiert, teils kritisiert, ergänzt und fortgeführt.

Im zweiten Kapitel (*The Field of Media Production*) weist Park darauf hin, dass Bourdieu bei der Auseinandersetzung mit dem Bereich der Kommunikation zunächst den Schwerpunkt auf Literatur und bildende Kunst gelegt hat. Dabei geht es ihm darum zu zeigen, dass und wie das Habitus-Konzept im Zusammenspiel mit dem Feldkonzept die Analyse der Entwicklung und spezifischen Ausdifferenzierung unserer aktuellen Mediensysteme sowie die der unterschiedlichen Bereiche der gesamten Medienproduktion samt ihrer historischen Entwicklung erlaubt. Er betont die Rolle der Medieninstitutionen und der sie prägenden Praktiken, die von den Akteuren verinnerlicht und in Entsprechung zu ihren Positionen in einem Feld strategisch eingesetzt werden. Wie das nun im Bereich der Medienproduktion ausfällt, zeigt Park unter Verweis auf die internen, intra-medialen und externen politischen wie ökonomischen Beziehungen dieses Felds. Dabei treten Bewahrung, Nachfolge und Subversion als Strategien bei den Auseinandersetzungen und Entwicklungen innerhalb der unterschiedlichen medialen Produktionsbereiche in den Blick.

Hier spielen nun das zum Einsatz gebrachte kulturelle und ökonomische Kapital der Akteure sowie drei unterschiedliche Legitimationsstrategien eine Rolle: die Suche der Anerkennung durch Gleiche – und Kunst um der Kunst willen –, Bekanntheit bei und Anerkennung durch Oberschicht, Bürgertum sowie entsprechende Einrichtungen und schließlich Bekanntheit und Anerkennung durch das Massenpublikum. Alle drei Bereiche stehen in Wechselbeziehungen mit entsprechenden spezifischen kulturellen Einrichtungen. Ausführlich, differenziert und eindringlich charakterisiert und analysiert Park die dabei relevanten vielfältigen Verknüpfungen und weist auf die Zusammenhänge zwischen Kapital, Produktion und Prestige im Bereich von Medien und Kommunikation hin.

Im dritten Kapitel (*The Media Audience: Fluency, Strategy, and Le Sens Pratique*) betont Park, dass bei der medienwissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Verhältnis von Medien und deren Publikum sich viele Überlegungen Bourdieus nicht einfach übertragen lassen, sich der Versuch einer durchdachten Übernahme aber durchaus lohnt, wenn Medienpraxis und medienpraktisches Wissen der Beteiligten einbezogen werden. So fordere das Habituskonzept Bourdieus „that scholars consider more than just texts and representations, that the practical knowledge at work in social life is really where the action is“ (56). Es zeigt zudem, dass Produktion und Rezeption medialer Produkte keine Einbahnstraße ist, sondern beide in einer Beziehung wechselseitiger Strukturierung stehen. Park unterstreicht, dass sich mit Bourdieus Modell und seinem Praxiskonzept ein vertieftes Verständnis gerade auch vom Funktionieren der neuen Medien erreichen lässt; dazu gehört der Vorschlag, „audience practice as ritual“ (71ff.) zu verstehen und zu analysieren, um so den „‘intellectualist’ standpoint“ zu umgehen, „that mistakes the things of logic as the logic of things“ (71).

Die im vierten Kapitel behandelte Frage nach symbolischer Macht und Autorität im öffentlichen wie privaten Leben (*Symbolic Power and Authority: The Power/Communication Nexus*) stellt sich für Medien und Kommunikation u. a. dort, wo nicht unmittelbar wahrnehmbare Sachverhalte zur Debatte stehen und politische, ökonomische und technische Entscheidungen (wie z. B. Klimawandel, Finanz- oder Wirtschaftskrisen etc.) verlangen, die im öffentlichen Diskurs zuallererst durch Intervention von kompetenten Vertretern mit meist kontroversen Positionen herbeigeführt werden müssen. Park sieht hier in Bourdieus Konzept von symbolischer Macht ein geeignetes Mittel zur soziologisch fundierten Analyse der öffentlichen medialen Kommunikation. Dabei spielt die symbolische Macht eine Rolle, die erst zu Stande kommt, wenn deren Träger bei dem breiten Publikum bekannt und anerkannt und zum Vertreten ihrer Position als legitimiert angesehen werden. Zur „social magic of authority“ (84ff.) trägt ganz wesentlich die offizielle Legitimation durch entsprechende Institutionen bei. Park behandelt ausführlich die dabei zentralen sprachlichen Faktoren und interpretiert sie „in terms of field, habitus, and capital“ (90). Er weist aber auch ausdrücklich darauf hin, dass die neuen Medien neue Bedingungen mit sich bringen und sich die Frage nach der medialen Autorität auf andere und neue Weise stellt.

Im fünften Kapitel (*Reflexivity and the History of the Field of Communication*) zeigt Park, wie sich Bourdieus Arbeiten zu Wissenschaft, Wissenschaftsbetrieb sowie zur Geschichte von Wissenschaften und Disziplinen gerade auch für die Entwicklungen der Medien- und Kommunikationswissenschaft einsetzen lassen. Dabei spielt das Konzept der Reflexivität eine zentrale Rolle; dessen Ziel es ist, „to tie our future endeavors to a well-grounded knowledge of the structural and historical elements at work in the configuration of the field“ (105). Es geht dabei darum, das eigene Feld und seine Geschichte sowie die eigene Praxis einer reflexiven Betrachtung und Analyse zu unterziehen, Konflikte und Brüche offenzulegen und die Stellung des eigenen Feldes innerhalb der anderen akademischen Felder und Institutionen zu analysieren. Clark plädiert dafür, über das Kuhn'sche Modell der wissenschaftlichen Revolutionen hinaus bei der wissenschafts- und fachgeschichtlichen Arbeit die feldinternen Auseinandersetzungen, Praktiken, Positionen und Strategien zu untersuchen. Er weist allerdings auch darauf hin, dass hier der Bezug auf den Feldbegriff allein nicht für die historische Betrachtung ausreiche und eine soziologische Orientierung an sich noch keinen Maßstab für die fachhistorische Arbeit liefere.

Abschließend fasst er im sechsten Kapitel unter der Überschrift „Conclusion: Communication as Practical, Relational, Historical, and Reflexive“ seine zentralen Punkte zusammen und schließt seine Ausführungen wie folgt: „Bourdieu gave to communication and media studies a compelling vision of how collective self-understanding in the field can be put in the service of the profession and the public. It would be a shame to ignore him“ (139). Dem kann der Rezessent uneingeschränkt zustimmen.

Wolfgang Settekorn

Ingrid Paus-Hasebrink / Jasmin Kulterer

**Praxeologische
Mediensozialisationsforschung**

Langzeitstudie zu sozial benachteiligten
Heranwachsenden

Baden-Baden: Nomos, 2014 – 416 S.

ISBN 978-3-8487-1194-9

Im Jahr 2008 veröffentlichten Paus-Hasebrink und Bichler den ersten Band der Langzeitstudie zur Mediensozialisation sozial benachteiligter Heranwachsender in Österreich (s. die Rezension von Niesyto in M&K 2/2009). Der im vergangenen Jahr von Paus-Hasebrink und Kulterer