

Die feinen Unterschiede, Über das Fernsehen - Von Pierre Bourdieu (1979), (1996)

Rudeloff, Christian

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rudeloff, C. (2022). Die feinen Unterschiede, Über das Fernsehen - Von Pierre Bourdieu (1979), (1996). In R. Spiller, C. Rudeloff, & T. Döbler (Hrsg.), *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft* (S. 309-323). Wiesbaden: Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_20

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

gesis
Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Mitglied der

Leibniz-Gemeinschaft

Dies ist ein Vorabdruck des folgenden Beitrages:

Rudeloff, C. (2022). Die feinen Unterschiede, Über das Fernsehen. In: Spiller, R., Rudeloff, C., Döbler, T. (Hrsg.). Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_20

Die finale authentifizierte Version ist online verfügbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_20

Die feinen Unterschiede, Über das Fernsehen

Von Pierre Bourdieu (1979), (1996)

Christian Rudeloff

Zusammenfassung:

Im Folgenden wird auf Basis der Bücher „Die feinen Unterschiede“ und „Über das Fernsehen“ der Beitrag Bourdieus für die Kommunikationswissenschaft diskutiert. In den beiden Texten thematisiert Bourdieu zum einen soziale Ungleichheiten in der Mediennutzung, zum anderen die Rolle von Machtpositionen für die journalistische Medienproduktion. Zwar beschäftigt sich Bourdieu insgesamt nur am Rande mit kommunikationswissenschaftlichen Fragestellungen, dennoch werden die für seine Sozial- und Gesellschaftstheorie zentralen Begriffe Feld, Habitus und Kapital in der Kommunikationswissenschaft bis heute intensiv rezipiert. In Bezug auf Fragen der digitalen Gesellschaft erweisen sich diese Begriffe anschlussfähig vor allem im Hinblick auf empirische Untersuchungen zum Digital Divide.

Schlüsselwörter: Pierre Bourdieu; Habitus; Feld; Kapital; Digital Divide

1. Kurzbiografie

Bourdieu begreift seine soziologische Praxis explizit als Produkt sozialer Erfahrungen. Ausgehend von der grundlegenden Annahme der gesellschaftlichen Bedingtheit menschlichen Wahrnehmens, Bewertens und Handelns hat er das Verfahren der Sozioanalyse vorgeschlagen

und dieses in einem „soziologischen Selbstversuch“ (Bourdieu 2002) auch am Beispiel seiner eigenen wissenschaftlichen Laufbahn durchgespielt. Darin beschreibt er zum einen, wie er als Sohn einer kleinbürgerlich geprägten, politisch links eingestellten Familie aus Béarn, einem Dorf in der französischen Provinz nahe den Pyrenäen, im Mikrokosmos der Intellektuellen in Paris, dessen Teil er zunächst als Elite-Gymnasiast (1948-1951 am Lycée Louis-Le-Grand) sowie -Student (1951-1954 an der ENS) später als Professor (1964-1984 am École des Hautes Études en Sciences Sociales in Paris, sowie 1982-2002 am Collège de France) war, nicht aufgeht, dort niemals völlig heimisch wird. Das daraus resultierende Gefühl der Fremdheit gegenüber jenen, „für die sich die ‚Königsperspektive‘ beim Blick auf die soziale Welt von selbst versteht, weil es die Perspektive der Klasse ihrer Herkunft ist“ (Bourdieu & Wacquant 2017, S. 74), interpretiert er als zentrale Triebfeder seiner wissenschaftlichen Arbeit (s. auch zum Folgenden Rudeloff 2013, S. 197 ff.).

Neben dieser habituellen Distanz führt Bourdieu eine weitere, für seine wissenschaftliche Sozialisation entscheidende Erfahrung an: 1955, im Alter von 25 Jahren, wird er zum Militärdienst in das zum damaligen Zeitpunkt von Frankreich besetzte Algerien geschickt. Er verbringt in dem nordafrikanischen Land insgesamt fünf Jahre unter „den schwierigen Bedingungen eines Befreiungskriegs“ (Bourdieu 2002, S. 45): drei Jahre als Wehrdienstleistender (1955-1958) und weitere zwei Jahre als wissenschaftlicher Assistent an der Faculté des Lettres der Universität Algier (1958-1960). In diesen Zeitraum lässt sich seine Konversion vom Philosophen zum Ethnologen bzw. Soziologen einordnen, die mit einer starken Politisierung seiner Weltsicht einhergeht.

Schon bald nach seiner Ankunft in Algerien beginnt er nach eigener Darstellung, seine dienstfreie Zeit zu nutzen, um sich eigenen Forschungsprojekten zu widmen, zunächst seinem Dissertationsvorhaben, einer phänomenologischen Abhandlung über „die Zeitstrukturen des Gefühlslebens“ (Bourdieu 2002, S. 49). Gleichzeitig erscheinen erste politische Schriften. Parallel nimmt er eine größer angelegte empirische Untersuchung über die Umbrüche der algerischen Gesellschaft durch die Besatzung in Angriff – und wendet sich damit erstmalig von der rein theoretischen Arbeit der Philosophie ab. Die dafür nötige Methodik in qualitativer und quantitativer Sozialforschung eignet er sich weitgehend autodidaktisch an. Die entsprechenden Feldforschungen finden unter z. T. lebensgefährlichen Bedingungen statt (Bourdieu 2002). Bourdieu erwirbt im Rahmen dieser Forschungen nach eigenen Angaben ein „Kapital an Problemen“ (Schultheis 2007, 55), das für alle weiteren Arbeiten, die er ab 1960 im Anschluss an seine Rückkehr nach Frankreich unternimmt, maßgeblich bleibt; darunter seine Fokussierung auf Macht- bzw. Herrschaftsverhältnisse, sowie die charakteristische

Verknüpfung von soziologischen mit politischen Fragestellungen (Schultheis 2007). Eine Herangehensweise, die auch für spätere Arbeiten – darunter mit Abstrichen auch seine kommunikationswissenschaftlichen Analysen – maßgeblich bleibt.

2. Inhalt der Texte

2.1. Die feinen Unterschiede

In „Die feinen Unterschiede“ (Bourdieu 1984) beschreibt Bourdieu auf Basis umfassender theoretischer Reflektionen sowie empirischer Studien den Zusammenhang zwischen kulturellen Praktiken und gesellschaftlichen Machtstrukturen. In einem kurzen Abschnitt zu „Meinungsangebot und Meinungsnachfrage“ untersucht er dabei den Zusammenhang zwischen Klasse und politischer Meinung und analysiert in diesem Kontext den Unterschied im Medienkonsum unterschiedlicher Klassen in der französischen Gesellschaft in Bezug auf das Medium Zeitung.

Dabei weist er darauf hin, dass nicht nur Vertreter*innen unterschiedlicher Klassen unterschiedliche Zeitungen lesen (was wenig überraschend ist), sondern betont, dass das Lesen von Zeitungen in den verschiedenen Klassen ganz unterschiedliche Funktionen übernimmt – die „mit den ihr gemeinhin zuerkannten oder ihr von den Herstellern (...) zugewiesenen Funktionen nichts gemein hat“ (Bourdieu 1984, S. 690). Daraus schlussfolgert Bourdieu auf eine „relative Unabhängigkeit der Leser von dem der Position ihrer Zeitung“, die insbesondere in den „unteren Rängen der sozialen Hierarchie“ (ebd., S. 691) existiere und die er u.a. darauf zurückführt, dass die Zeitungen, die von den Vertreter*innen dieser Ränge bzw. Klassen gelesen werden (wie etwa die meisten regionalen Zeitungen) zunehmend über unpolitische Themen berichten (Vermischtes, Sport etc.). Diese Tendenz sei darauf zurückzuführen, dass möglichst keine Leser*innen und Inserent*innen durch explizite politische Meinungsäußerung abgeschreckt werden sollten.

Auf der anderen Seite des sozialen Spektrums sieht er das ausgeprägte Interesse der „herrschenden Klasse“ an den „sogenannten allgemeinen Nachrichten“, also politischer Berichterstattung, bedingt durch deren – auch persönliche - Nähe zu den Ereignissen in der gehobenen politischen und auch wirtschaftlichen Sphäre. Die „herrschende Klasse“ habe ein besonderes Interesse „für die sogenannten Angelegenheiten von allgemeinem Interesse (...), weil die besonderen Interessen ihrer Angehörigen im besonderen Maße mit diesen ‚Angelegenheiten‘ liiert sind.“ (ebd., S. 694)

Anhand dieser Ausführungen wird bereits deutlich, dass Bourdieu sich in diesem Rahmen nicht auf eine empirische Analyse des Zusammenhangs zwischen Mediennutzung und Klassenzugehörigkeit beschränkt, sondern diesen Zusammenhang aus einer gesellschaftskritischen Perspektive beleuchtet. Zentral für diese Perspektive ist die Annahme, dass das Vorkommen und die Zusammensetzung der verschiedenen Kapitalformen, über die Akteur*innen verfügen, deren Positionen im sozialen Raum definieren. Diese Position wiederum prägt die habitualisierten Wahrnehmungs- und Klassifikationsschemata der sozialen Akteur*innen und bestimmt deren *Möglichkeitsräume*.

Diese grundlegenden sozialtheoretischen Annahmen entfaltet Bourdieu sehr ausführlich und veranschaulicht sie in Bezug auf vielfältige Praktiken des Lebensstils. Dabei argumentiert er auf Basis umfangreicher empirische Datenauswertungen (primär Korrespondenzanalysen) – etwa zu ästhetischen Präferenzen, oder eben zum Medienkonsum. Sein übergeordnetes Ziel ist es hier zu zeigen, wie die Klassenzugehörigkeit der Akteur*innen letztlich alle sozialen Praktiken prägt. Dabei führt er die Vorliebe der „herrschenden Klasse“ z. B. für abstrakte Kunst, edles Design oder eben „seriöse“ politische Medien wie *Le Monde* nicht direkt auf die vorhandenen Finanzmittel und das höhere Bildungsniveau zurück, über das diese verfüge und dass es ihr erst ermögliche, die entsprechenden Produkte zu erwerben und sie zu verstehen und schätzen zu lernen. Entscheidend sei vielmehr der „Effekt der Statuszuschreibung“ (ebd., S. 695) der von der Zugriffsmöglichkeit auf u.a. ökonomisches und kulturelles Kapital ausgehe. Im konkreten Bezug auf den Zusammenhang zwischen Bildungsniveau und Medienkonsum, bedinge der Abschluss eines Studiums „in starkem Umfang das Empfinden, als vollgültiges Mitglied der Sphäre legitimer Politik und Bildung anzugehören und damit das Recht wie die Pflicht zu haben, eine legitime Zeitung zu lesen“ (ebd., S. 695). Entsprechend spiegelten sich in der Trennung zwischen „Sensationspresse“ und „Informationspresse“ – ebenso wie zwischen „E-Musik“ und „U-Musik“ sowie zwischen „Avantgarde-Kunst“ und „Populärer Kunst“ – zwei unterschiedliche „Verhältnisse zur sozialen Welt“ und letztlich die Trennung zwischen „Herrschenden und Beherrschten“ (ebd., S. 699).

2.2. Über das Fernsehen

Während in „Die feinen Unterschiede“ die Seite der Medienrezipienten im Vordergrund steht, wendet sich Bourdieu in „Über das Fernsehen“ (Bourdieu 1998) stärker der Produktionsseite zu und skizziert *das journalistisches Feld*, indem er dessen Verhältnis zu anderen sozialen Feldern sowie dessen Situierung im sozialen Raum analysiert. In diesem Zuge beschreibt

Bourdieu das journalistische Feld als „Mikrokosmos mit eigenen Gesetzen“ (ebd., S. 55). Dieser Mikrokosmos sei definiert durch seine Stellung in einem umfassenden Ganzen und durch die Anziehung und Abstoßung, die andere Mikrokosmen auf ihn ausüben. Er sei autonom, folge seinem eigenen Gesetz, das heißt: Was in ihm vor sich geht, könne nicht direkt von äußeren Faktoren her erschlossen werden" (ebd., S. 55). Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Ereignisse, die außerhalb des journalistischen Feldes stattfinden, sich den spezifischen Kriterien und Gesetzen dieses Feldes unterwerfen müssen, um Wirkungen zu entfalten. In welchem Maße die Kriterien und Gesetze dabei jeweils zur Geltung kommen können, hänge laut Bourdieu vom Grad der Autonomie des Feldes sowie von dessen spezifischer Position im sozialen Raum ab. Das journalistische Feld sei Bourdieu zufolge zugleich um zwei gegensätzliche Logiken und Legitimationsprinzipien strukturiert: auf der einen Seite der externen Anerkennung über Werbeeinnahmen, Reichweite etc. und auf der gegenüberliegenden Seite der „Anerkennung, die den am vollständigsten den inneren „Werten“ oder Grundsätzen Verpflichteten durch Ihresgleichen zuteil wird." (ebd., S. 102) Im Feld werde nun auf der Basis dieser Gegensätze zwischen den autonomen bzw. kulturellen und den heteronomen bzw. kommerziellen Polen kontinuierlich darum gerungen, was *legitimer* Journalismus ist. Historisch konstatiert Bourdieu zum Zeitpunkt der Veröffentlichung von „Über das Fernsehen“ eine Dominanz des heteronomen Pols innerhalb des journalistischen Feldes. D.h. eine starke Orientierung der mächtigsten Akteur*innen im Feld an externer Anerkennung, was zu einer entsprechenden Uniformisierung und Entpolitisierung der Berichterstattung führe. Über „Intrusionseffekte“ (ebd., S. 112) würde ein zunehmend kommerzialisiertes journalistisches Feld zudem die Autonomie in anderen sozialen Feldern, wie etwa dem der Wissenschaft, gefährden bzw. dort ebenfalls den heteronomen Pol stärken – etwa über das Phänomen der „Medienintellektuellen“: „Aber die journalistische Manipulation kann auch subtiler agieren, nämlich mithilfe der Logik des Trojanischen Pferdes, das heißt, indem sie in die autonomen Bereiche außenstehende Produzenten einschleust, die es mittels externer Kräfte zu einer Anerkennung bringen, die sie von ihresgleichen nicht erhalten können. Diese Schriftsteller für Nichtschriftsteller, Philosophen für Nichtphilosophen und so fort stehen beim Fernsehen in viel höherem Kurs und haben einen viel größeren Stellenwert bei der Presse als in ihrem eigenen spezifischen Universum" (ebd., S. 85).

3. Bezug zum Gesamtwerk des Autors

Trotz der bis heute breiten und intensiven Rezeption der Theorie Bourdieus in der Kommunikationswissenschaft (siehe folgenden Abschnitt) finden sich in dessen Gesamtwerk nur wenige explizite Ausführungen zu originär kommunikationswissenschaftlichen Fragestellungen. Wenn auch nur punktuell sichtbar, setzt die Beschäftigung Bourdieus mit kommunikationswissenschaftlichen Themen dennoch schon früh an, konzentriert sich aber zunächst auf die Rezeptionsseite (Benson & Neveu 2005). Bereits in den frühen 1960er-Jahren widmet Bourdieu im Zuge seiner kritischen Auseinandersetzung mit dem Begriff „Massenkultur“ dem Mediensektor einen eigenen Aufsatz (Bourdieu & Passeron 1963). Weitere, vereinzelt Texte folgen (Bourdieu 1980, sowie vor allem Bourdieu 1984, S. 690 ff.). Spätestens ab etwa den 1990er-Jahren, parallel zur zunehmenden Kommerzialisierung der französischen Medienlandschaft, entwickelt sich dann auch der Journalismus selbst (als Teil des übergreifenden Bereichs der Massenmedien) zu einem immer wichtiger werdenden Teil der Forschungsaktivitäten Bourdieus am „Centre de sociologie européenne“ (Benson & Neveu 2005).

Während einige frühere Schriften Bourdieus z. T. Passagen enthalten, die sich mit der (klassenspezifischen) Rezeption journalistischer Produkte befassen (insb. der oben aufgeführte Abschnitt in Bourdieu 1984), spielt in „Die Regeln der Kunst“ (Bourdieu 1999) sowie in einer einige Jahre zuvor erschienenen Aufsatzsammlung dann erstmals auch der Produktionsprozess eine größere Rolle. Hier nimmt Bourdieu allerdings schwerpunktmäßig Bezug auf den weiter gefassten Bereich der kulturellen bzw. literarischen Produktion und konzentriert sich weniger auf spezifisch journalistische Erzeugnisse.

Dies ändert sich schließlich entscheidend mit der Veröffentlichung von „Über das Fernsehen“, einer Textsammlung, die im Wesentlichen aus der Verschriftlichung zweier am „Collège de France“ gehaltenen und im französischen Fernsehen ausgestrahlten Vorträge Bourdieus besteht, in denen erstmals der – allerdings eher unsystematische – Versuch einer Konzeptualisierung des journalistischen Feldes unternommen wird. Das Erscheinen des Buches löst große Resonanz aus, verkauft sich innerhalb kürzester Zeit über 100.000 Mal in Frankreich und wird in ca. 25 Sprachen übersetzt. (s. auch Rudeloff 2013)

Vor diesem Hintergrund kann zusammenfassend zunächst festgehalten werden, dass kommunikationswissenschaftliche Themen nicht die zentralen Bezugspunkte der übergreifenden Sozialtheorie Bourdieus darstellen. Vielmehr kommt ihnen der Status von Anwendungsfällen zu, an deren Beispiel er immer wieder – zunächst punktuell, im Spätwerk durchaus intensiver und dann meist verknüpft mit politischen Statements – seine zentralen Begriffswerkzeuge diskutiert und veranschaulicht. Als maßgeblich können dabei vor allen

Dingen die Begriffe Habitus, Feld und Kapital genannt werden. Diese werden im Folgenden in aller Kürze erläutert und in die kommunikationswissenschaftlichen Analysen Bourdieus eingebettet.

Mit dem *Habitus*, von Bourdieu allgemein als „strukturierende Strukturen“ (Bourdieu 1976, S. 164) definiert, werden grundlegende Wahrnehmungs- und Klassifizierungsschemata bezeichnet, die auf der Verinnerlichung der (immer sozialstrukturell geprägten) Umweltbedingungen der Akteur*innen basieren und deren jeweiligen Handlungsspielraum ausmachen. Der Begriff kann in seiner Relevanz für die Theorie Bourdieus kaum überschätzt werden – und spielt entsprechend auch für die kommunikationswissenschaftlichen Analysen eine zentrale Rolle. Zum einen im Hinblick auf die Analyse der klassenspezifischen Zeitungsrezeption (siehe oben, Bourdieu 1984). Zum anderen betont Bourdieu die Relevanz des Habitus für die Techniken der Nachrichtenproduktion im Journalismus. (s. auch Rudeloff, 2014) Diese seien immer auch habitusbedingt. Die Auswahl und die Aufbereitung der Nachrichten entsprächen den Wahrnehmungs- und Klassifikationsschemata der Journalist*innen, seien also immer abhängig von der spezifischen Position, die Akteur*innen im journalistischen Feld einnehmen – und damit klassenspezifisch ausgeprägt. Die Akteur*innen arbeiteten daher (auch) in den Massenmedien immer an der Durchsetzung eigener „Weltsichten“ (Raabe 2005, S. 186). Vom Prozess der Nachrichtenkonstruktion in den Redaktionen gehe entsprechend eine Form der symbolischen Gewalt aus, die auf ungleichen Machtverhältnissen basiere – und die laut Bourdieu nur über die Sichtbarmachung eben dieser „objektiven Kräfteverhältnisse“ (Bourdieu 1998, S. 56) gebrochen werden könne. Die symbolische Gewalt funktioniere primär unbewusst. Die Nachrichtenfaktoren als Selektionskriterien, die über Veröffentlichungen entscheiden, seien internalisiert – bzw. habitualisiert. Mit ihnen korrespondiere ein „sozialer Sinn“ dafür, ob eine Nachricht thematisch und in ihrer Tonalität „angebracht“ sei oder nicht. Dieser soziale Sinn entscheide sowohl über die Aufbereitung als auch über die Auswahl der Nachrichten (Hanitzsch 2007).

Habitus und *Feld* sind in der Theorie Bourdieus in einem Verhältnis wechselseitiger Ermöglichung eng verknüpft (Bohn 1991). Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang auch von einer „unterbewussten und vorreflexive[n] ontologische[n] Komplizität“ (Bourdieu 1989, S. 397). Entsprechend seien Nachrichten und Berichte in Massenmedien nicht nur habitusbedingte, sondern zugleich immer auch „feldbestimmte Inszenierungen“ (Willems 2007, S. 226). Nicht nur die Position der journalistischen Akteur*innen im übergreifenden sozialen Raum präge deren Dispositionen, sondern auch die Struktur des Feldes und seine Rolle

in dieser Struktur entscheiden aus Bourdieus Sicht über den jeweils zur Verfügung stehenden Handlungsspielraum.

Im journalistischen Feld, das aus Bourdieus Perspektive geprägt ist von Antagonismen, sei die Frage, ob ein Beitrag gesendet oder ein Artikel geschrieben wird, immer auch eine Machtfrage. Diejenigen Akteur*innen mit einem hohen Vorkommen an Kapitalsorten, die im (Sub-) Feld hoch im Kurs sind, entscheiden direkt (z.B. als Vorgesetzte: Redaktionsleiter*innen etc.) über Veröffentlichungen: Sie besitzen die Definitionsmacht darüber, was „legitimer“ Journalismus sei, welche Regeln bei der Nachrichtenerstellung zu gelten haben und welche Selektionskriterien angelegt beachtet werden müssten. Bourdieu betont mit dieser Annahme, dass die in der Kommunikationswissenschaft beschriebenen Nachrichtenselektoren nichts objektiv Vernünftiges, oder gar Natürliches seien, sondern das historische Produkt von Machtkämpfen im sozialen Raum.

In die sozialen Felder, die in ihrer Gesamtheit den sozialen Raum bilden, bringen die involvierten Akteur*innen nun jeweils ihr *Kapital* zum Einsatz. Die relativ kapitalstarken, dominierenden Akteur*innen sind dabei in der Regel diejenigen, die die geltenden Gesetze im Feld am besten internalisiert haben, weil sie schon lange „im Geschäft“ sind. d.h. subversive Tendenzen gehen eher von den jungen „Einsteiger*innen“ im Feld aus, die um Anerkennung kämpfen müssen.

Der Kapitalbegriff bei Bourdieu bezieht sich dabei, anders als bei Marx, nicht nur auf finanzielle Ressourcen (ökonomisches Kapital), sondern auch auf den Bildungsgrad (kulturelles Kapital), sowie das Netzwerk (soziales Kapital), auf das Akteur*innen zugreifen können. Darüber hinaus führt Bourdieu eine Vielzahl weiterer Kapitalformen an – darunter feldspezifische Kapitalformen, etwa das journalistische Kapital. Die Wahrnehmung und (auch implizite) Anerkennung der verschiedenen Kapitalformen (im Feld) fasst Bourdieu unter dem Begriff des symbolischen Kapitals zusammen.

4. Wirkungsgeschichte und Kritik

Bourdieu gehört international zu den meistzitierten Sozialwissenschaftlern überhaupt (über 820.000 Zitationen bei Google Scholar, Stand: 12/2020) und wird intensiv nicht nur in der Soziologie, sondern in einer Vielzahl von Disziplinen rezipiert, etwa der Politikwissenschaft, der Erziehungswissenschaft oder den Gender Studies, um nur eine kleine Auswahl zu nennen. Erste Hinweise für eine explizite Anwendung der Sozial- und Gesellschaftstheorie Bourdieus durch andere Autor*innen zur Beantwortung von kommunikationswissenschaftlichen

Fragestellungen lassen sich ab etwa Mitte der 80er-Jahre finden, allerdings nicht im deutschsprachigen Raum, sondern zunächst nur in Frankreich (Champagne 1990, Pinto 1984), später auch in anderen Ländern, primär den USA und dann zunehmend auch in Deutschland, sowie weiteren europäischen Ländern. So untersuchen etwa Schönbach et al. (1999) im direkten Anschluss an Bourdieu (1984), welche sozialen Funktionen Mediennutzung in den USA und Deutschland im Vergleich übernehmen. Als ein weiterer Beleg für die seither stattfindende transatlantische Bourdieu-Rezeption kann auch der von Benson und Neveu (2005) herausgegebene Sammelband „Bourdieu and the journalistic field“ gelten. Bis ca. Ende der 1980er-Jahre steht im deutschsprachigen Raum dagegen zunächst die Rezeption Bourdieus u. a. im Zusammenhang mit literatur- aber auch mit geschichtswissenschaftlichen bzw. kultur- und bildungssoziologischen Fragestellungen im Vordergrund (u.a. Fischer & Jarchow 1987). In genuin kommunikationswissenschaftlichen Kontexten werden die Arbeiten Bourdieus im Gegensatz zu Luhmanns Ansätzen, bis auf wenige Ausnahmen, wie etwa Schönbach et al. (1999), lange weitgehend ignoriert. So konstatiert Schäfer noch im Jahr 2004, dass „die Konzepte Bourdieus in der deutschen Journalismusforschung wenig Aufmerksamkeit erfahren“ (Schäfer 2004, S. 323) haben. Inzwischen muss dieser Stand wohl revidiert werden. So weist Hanitzsch zu Recht darauf hin, dass mittlerweile auch im deutschsprachigen Raum mehrere medien- bzw. kommunikationswissenschaftliche Arbeiten vorliegen, „die aus dem theoretischen Arsenal Bourdieus geschöpft haben“ (Hanitzsch 2007, S. 241).

Als ein exponierter Vertreter ist in diesem Zusammenhang etwa Raabe zu nennen, der sich in mehreren Arbeiten der Erschließung des Potenzials der Theorie Bourdieus vor allen Dingen mit den Zielen einer „Verortung journalistischer Akteure im sozialen Raum“, der Etablierung einer „empirisch- kritischen Journalismusforschung“ sowie in diesem Kontext auch der „Begründung einer kultursoziologischen Handlungserklärung“ widmet (Raabe 2005, Raabe 2008). Schäfer widmet sich ausgehend von der Feldtheorie Bourdieus allgemein den Produktionsmechanismen von Nachrichtensendungen (Schäfer 2007). Meyen (2009) liefert auf Basis der Bourdieuschen Erkenntnisinstrumente eine empirische Bestandsaufnahme des journalistischen Feldes in Deutschland.

Weitere Beispiele für die seit der Jahrtausendwende im Aufschwung befindliche Rezeption Bourdieus in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft nennen Meyen und Wiedemann (2014). So lassen sich inzwischen in einer Vielzahl von kommunikationswissenschaftlichen Subdisziplinen Publikationen mit explizitem Bourdieu-Bezug finden: Neben den bereits aufgeführten Disziplinen der Rezeptions- sowie der

Journalismusforschung (Krämer 2014, Dudenhöfer & Meyen 2012) zudem die Fachgeschichtsschreibung (Scheu 2012) sowie die Medienpädagogik (Biermann 2009, Biermann 2020). Gleichzeitig weisen Meyen und Wiedemann (2014) zu Recht auf die nach wie vor randständige Position Bourdieus in anderen Subdisziplinen wie etwa der PR- und Organisationskommunikationsforschung hin (insb. im Vergleich zur Theorie sozialer System Luhmanns).

Zusammenfassend wird dennoch deutlich, dass die Rezeption Bourdieus in den deutschsprachigen Kommunikationswissenschaften inzwischen durchaus als intensiv bezeichnet werden kann. Möglicherweise ist diese Zuwendung der Kommunikationswissenschaft zu den Begriffswerkzeugen Bourdieus im Sinne eines „integrativen Ansatzes“ (Meyen 2009, S. 324) als Reaktion auf die in der Vergangenheit starke Position von systemtheoretischen Ansätzen auf der einen, sowie handlungsorientierten und akteurszentrierten Theorien auf der anderen Seite zu erklären.

Dennoch war und ist die Theorie Bourdieus im Zuge ihrer Rezeption immer wieder deutlicher Kritik ausgesetzt. (s. dazu auch Fröhlich et al. 2014, S. 401 ff.) Auf grundsätzlicher Ebene bezieht sich diese u.a. auf methodologische Schwächen (Blasius & Winkler, 1989), sowie auf die vermeintlich objektivistischen und deterministischen Grundzüge seiner Theorie. (Fröhlich et al. 2014, S. 403) Diese gestehe den Individuen nur wenig Spielraum in ihrer Entwicklung zu jenseits ihrer von Habitus, Feld und Kapitalvorkommen festgelegten Position. Gravierende gesellschaftliche Veränderungen werden damit als sehr unwahrscheinlich bis unmöglich angenommen, (was dem persönlichen politischen Engagement zu widersprechen scheint). Zugleich gehe Bourdieu zu weitreichend von einer Allgegenwart des Konkurrenzprinzips aus, das in einigen Bereichen wie etwa dem Feld der Wirtschaft, dominanter sei als in anderen, etwa innerhalb des familiären Umfelds oder im Bereich von Freizeitaktivitäten. (ebd.)

Daneben bezieht sich die vorhandene Kritik durchaus auch konkreter auf die zentralen Begriffe seiner Theorie. So wird am Feld- ebenso wie am Kapitalbegriff bemängelt, dass diese letztlich unscharf geblieben seien. Insbesondere habe Bourdieu nicht geklärt, wie sich die Begriffe Feld und Raum zueinander genau verhalten. (ebd.) Gegen das Konzept des Habitus wird eingewandt, dass dieses die Annahme einer stabilen handlungsleitenden Identität beinhalte, unklar werde damit, warum sich Akteur*innen in den verschiedenen Rollen, die sie in der modernen Gesellschaft in den verschiedenen sozialen Feldern einnehmen (müssen), unterschiedlich verhalten. Lahire (1998) schlägt in diesem Zuge vor, nicht von einem einheitlichen, sondern

von einem „pluaralen Habitus“ auszugehen. Dies wirft jedoch die Anschlussfrage nach der Aussagekraft des Begriffs insgesamt auf.

Mit welchen Perspektiven kann man nun im Hinblick auf den weiteren Stellenwert der Sozialtheorie Bourdieus in der Kommunikationswissenschaft rechnen? Welches Potenzial können die zentralen Begriffswerkzeuge Habitus, Feld und Kapital für die Analyse einer zunehmend von digitalen Kommunikationstechnologien geprägten Gesellschaft entfalten? Dass dieses Potenzial groß ist und bereits vielfach umgesetzt wurde, lässt sich an zahlreichen Publikationen ablesen, in denen die Bourdieuschen Begriffe genutzt werden, um verschiedene Phänomene eben dieser digitalisierten Gesellschaft zu untersuchen. So ergibt beispielsweise die Eingabe der Suchbegriffe „Bourdieu“ und „digital“ bei Google Scholar 117.000 Ergebnisse (Stand 12/2020). Entsprechend erscheint die internationale Rezeption Bourdieus im Kontext von – empirischen und auch theoretischen – Forschungen zu digitalen Medien kaum noch überblickbar, und kann daher im Folgenden nur exemplarisch wiedergegeben werden. Als Orientierungspunkte werden dabei in Anlehnung an Ignatow und Robinson (2017) zunächst zentrale Publikationen genannt, die im Schwerpunkt ausgehen von den Bourdieuschen Begriffen Feld, Kapital und Habitus. Anschließend werden einige beispielhafte Studien aus der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft aufgeführt, die das Potenzial Bourdieus für die Analyse digitaler Kommunikation verdeutlichen sollen. Zentrales Thema, der von Bourdieu ausgehenden Studien zum Digitalen ist die digitale Ungleichheit („Digital Divide“), darauf weisen Ignatow und Robinson (2017) zurecht hin. Dabei konzeptualisieren die vorliegenden Studien digitale Ungleichheit mithilfe unterschiedlicher Begriffe.

So werten Zillien und Marr (2013) ausgehend von Bourdieus Feldbegriff die Ergebnisse quantitativer Befragungen zu digitalen Status-Unterschieden aus und zeichnen so empirisch die soziale Ungleichheit in der Nutzung digitaler Medien in der EU nach. Hargittai und Hinnant (2008) beschreiben dies, auch im Hinblick auf die unterschiedlichen Zugangsmöglichkeiten in das Internet, für die USA. Arie und Mesch (2015) untersuchen, wie soziale Ungleichheit die Smartphone-Nutzung in Israel beeinflusst. Levina und Arriaga (2014) analysieren wie Internetnutzer*innen *user generated content* zum Aufbau von sozialem Status nutzen.

Neben diesen hier beispielhaft aufgeführten Arbeiten lässt sich ein weiterer Forschungszweig erkennen, der sich ausgehend von Bourdieus Begriff des Kapitals formiert und von der Annahme eines „digitalen Kapitals“ ausgeht. Unter digitalem Kapital wird dabei u.a. die Reichweite der digitalen Kanäle verstanden, über die Nutzer*innen verfügen, sowie zum anderen Kompetenzen im Stil und der Gestaltung des eigenen Online-Auftritts (Ignatow &

Robinson 2017). Auf dieser Basis zeigen etwa Deursen und Helsper (2015) sowie Villaneuva-Mansilla, Nakano & Evaristo (2015) den Zusammenhang zwischen sozioökonomischen Variablen und dem Erfolg in der Generierung von digitalem Kapital auf. Gómez (2020) beschreibt auf Basis qualitativer Interviews die Praktiken, mit denen Jugendliche in Madrid ökonomisches, kulturelles und soziales in „digitales Kapital“ konvertieren.

Daneben existieren weitere Forschungsarbeiten, die digitale Kommunikation primär in Anlehnung an den Habitusbegriff Bourdieus analysieren. So entwickelt Robinson (2009) auf Basis einer ethnographischen Studie in Kalifornien zwei unterschiedliche „informationelle Habustypen“, die einen entweder spielerisch-seriösen oder einen notwendig-instrumentellen Umgang mit digitalen Technologien an den Tag legen. In vergleichbarer Weise zeigt Robinson (2011), wie Jugendliche aus verschiedenen Milieus das Internet mehr oder weniger elaboriert zur Karriereplanung nutzen, und wie diese Nutzung mit unterschiedlichen Einstellungen zu Online-Technologien einhergeht.

Auch deutschsprachige Publikationen sind in den vergangenen Jahren erschienen, die die Anschlussfähigkeit der Begriffe Bourdieus an Phänomene des digitalen Zeitalters demonstrieren. So zeigen Dudenhöffer & Meyen (2012) auf Basis quantitativer Daten zur Internetnutzung den Digital Divide für Deutschland auf und beziehen sich dabei explizit auf die Habitus-Kapital-Theorie von Bourdieu. Haferkamp und Herbers (2012) analysieren in ähnlicher Stoßrichtung spezifischer den Zusammenhang zwischen soziodemografischen Merkmalen und den Nutzungsmotiven für das Online-Spiel „Farmville“. Mithilfe qualitativer Interviews dagegen zeichnen Meyen, Dudenhöffer und Huss (2009) nach, wie Muster und Motive der Internetnutzung unter anderem von der sozialen Position der Nutzer*innen abhängen. Des Weiteren können in diesem Zusammenhang die Studien von Domahidi (2016) und Rudolf (2019) genannt werden.

Auch außerhalb der Kommunikationswissenschaft finden sich deutschsprachige Publikationen zur digitalen Gesellschaft. Im Kontext der Medienpädagogik etwa greift Biermann (2020) im Anschluss an Bourdieu den Begriff des medialen Habitus, verstanden als „individuelle Perspektive auf das Medienhandeln“ (S. 19), auf und versucht diesen im Kontext einer digitalen Schulbildung nutzbar machen. In der Politikwissenschaft untersucht u.a. Jacob (2017) die digitale Klassengesellschaft

Zusammengefasst kann konstatiert werden, dass die Begriffe Bourdieus bereits vielfach international und interdisziplinär aufgegriffen wurden, um Phänomene einer digitalisierten Kommunikationslandschaft empirisch wie theoretisch zu beschreiben und zu analysieren. Inगतow und Robinson (2017) führen diesen „Erfolg“ der Theorie Bourdieus auf drei

Charakteristika seines Werks zurück: zum einen die enge Verknüpfung von Theorie und Empirie, zum zweiten die erkenntnistheoretische Positionierung zwischen Realismus und Konstruktivismus, und zum dritten die Interdisziplinarität sowohl der Person Bourdieus (Schultheis 2019) Entsprechend kann davon ausgegangen werden, dass auch in Zukunft erhebliche Impulse von Bourdieu zur Analyse (post-)digitaler Kommunikation ausgehen werden.

5. Literatur

Arie, Y., & Mesch, G. S. (2015). Interethnic Ties via Mobile Communications in Homogeneous and Ethnically Mixed Cities: A Structural Diversification Approach. In: *Communication and Information Technologies Annual*. Emerald Group Publishing Limited.

Benson, R., & Neveu, E. (Hrsg.) (2005). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Polity Press.

Biermann, R. (2020). Digitalisierung und Digitalität im Kontext von medialem Habitus und Feld. In: *Praxistheoretische Perspektiven in der Medienpädagogik*. Springer VS, Wiesbaden. S. 19-35.

Biermann, R. (2009). Die Bedeutung des Habitus-Konzepts für die Erforschung soziokultureller Unterschiede im Bereich der Medienpädagogik. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 17. S. 1-18.

Blasius, J., & Winkler, J. (1989). Gibt es die Feinen Unterschiede? Eine empirische Überprüfung der Bourdieuschen Theorie. Peut-on parler de distinction? Une vérification empirique de la théorie de Bourdieu. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 41(1), 72-92.

Bohn, C. (1991). *Habitus und Kontext: ein kritischer Beitrag zur Sozialtheorie Bourdieus*. Opladen: Westdt. Verlag.

Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. (2017). *Reflexive Anthropologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, P. (2002). *Ein soziologischer Selbstversuch*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, P., (1999). *Die Regeln der Kunst: Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (1998). *Über das Fernsehen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, P. (1989). Antworten auf einige Einwände. In: Eder, K. (Hrsg.). *Lebensstil und kulturelle Praxis. Theoretische und empirische Beiträge zur Auseinandersetzung mit Pierre Bourdieus Klassentheorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 395-410.

Bourdieu, P. (1984). *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, P. (1980). The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods. *Media, Culture & Society*, 2(3). S. 261-293.

Bourdieu, P. (1976). *Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyliischen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1963). *Sociologues des Mythologies et Mythologies des Sociologies*. In: *Les Temps Modernes*, 211.

Calderón Gómez D. (2020). The Third Digital Divide and Bourdieu: Bidirectional Conversion of Economic, Cultural, and Social Capital to (and from) Digital Capital among Young People in Madrid. *New Media & Society*. DOI:10.1177/1461444820933252

Champagne, P. (2015). *Faire l'opinion: le nouveau jeu politique*. Minuit.

Domahidi, E. (2016). *Online-Mediennutzung und wahrgenommene soziale Ressourcen. Eine Metaanalyse*. Wiesbaden: Springer VS.

Dudenhöffer, K., & Meyen, M. (2012). Digitale Spaltung im Zeitalter der Sättigung. *Publizistik*, 57(1), S. 7-26.

Fischer, L., & Jarchow, K. (1987). Die soziale Logik der Felder und das Feld der Literatur. *Sprache im technischen Zeitalter*, 25, S. 164-172.

Fröhlich G., Rehbein B. & Schneickert C. (2014) Kritik und blinde Flecken. In: Fröhlich G. & Rehbein B. (Hrsg.) *Bourdieu-Handbuch. Leben – Werk – Wirkung*. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 401-408.

Haferkamp, N., & Herbers, M. R. (2012). What if Bourdieu had Played FarmVille? Examining Users' Motives for Playing the Browser game FarmVille in Relation to Socio-demographic Variables. *Publizistik*, 57(2), S. 205-223.

Hanitzsch, T. (2007). Die Struktur des journalistischen Felds. In: Altmeyden, K. D., Hanitzsch, T., & Schlüter, C. (Hrsg.). *Journalismustheorie: Next Generation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 239-260.

Hargiatti, E. & Hinant, A. (2008). Digital Inequality: Differences in Young Adults' Use of the Internet. *Communication Research*, 35(5), S. 602-621.

Jacob, D. (2017). Die digitale Klassengesellschaft. In: Jacob, D. & Thiel, T. (Hrsg.). *Politische Theorie und Digitalisierung*. Baden-Baden: Nomos. S. 27-44.

Krämer, B. (2014). Eine Bourdieusche Kritik der politischen Urteilskraft. In: Wiedemann, T. & Meyen, M. (Hrsg.) *Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven*. Köln: Halem, 263-286.

Lahire, Bernard: *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*. Paris 1998.

Meyen, M. (2009). Das journalistische Feld in Deutschland. *Publizistik*, 54(3), S. 323-345.

Meyen, M., Dudenhöffer, K., Huss, J. & Pfaff-Rüdiger, S. (2009). Zuhause im Netz. *Publizistik* 54, 513 (2009). <https://doi.org/10.1007/s11616-009-0060-y>

Pinto, L. (1984). *L'intelligence en action: le Nouvel Observateur*. FeniXX.

Raabe, J. (2005). *Die Beobachtung journalistischer Akteure*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Raabe, J. (2008). Kommunikation und soziale Praxis: Chancen einer praxistheoretischen Perspektive für Kommunikationstheorie und-forschung. In: Winter, C., Hepp, A., Krotz, F. (Hrsg.). *Theorien der Kommunikations-und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 363-381.

Robinson, L. (2009). A taste for the necessary: A Bourdieuan approach to digital inequality. *Information. Communication & Society*, 12(4), S. 488-507.

Robinson, L. (2011). Information-channel preferences and information-opportunity structures. *Information. Communication & Society*, 14(4), S. 472-494.

Rudeloff, C. (2014): Zur Analyse medialer Realitätskonstruktionen bei Niklas Luhmann und Pierre Bourdieu. In: *kommunikation.medien*, 3. Ausgabe. [journal.kommunikation-medien.at].

Rudeloff, C. (2013). *Mediensystem und journalistisches Feld: eine Bestandsaufnahme vor dem Hintergrund der Medienökonomisierungsdebatte*. Münster: LIT Verlag.

Rudolf, S. (2019). *Digitale Medien, Partizipation, Ungleichheit. Eine Studie zum sozialen Gebrauch des Internets*. Wiesbaden: Springer VS.

Schäfer, S. (2004). Journalismus als soziales Feld. In: Löffelholz, M. (Hrsg.). *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 321-334.

Schäfer, S. (2007). *Die Welt in 15 Minuten. Zum journalistischen Herstellungsprozess der Tagesschau*. Konstanz: UVK.

Scheu, A. (2012). *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft: eine Verdrängungsgeschichte?*. Köln: Halem, 2012.

Schoenbach, K., Lauf, E., McLeod, J. M., & Scheufele, D. A. (1999). Research note: distinction and integration: Sociodemographic determinants of newspaper reading in the USA and Germany, 1974-96. *European Journal of Communication*, 14(2), S. 225-239.

Schultheis, F. (2019). *Unternehmen Bourdieu: Ein Erfahrungsbericht*. Bielefeld: transcript Verlag.

Schultheis, F. (2007). *Bourdieu's Wege in die Soziologie*. Konstanz: UVK.

Van Deursen, A. J., & Helsper, E. J. (2015). The Third-level Digital Divide: Who Benefits Most from Being Online?. In: *Communication and information technologies annual*. Emerald Group Publishing Limited.

Villanueva-Mansilla, E., Nakano, T., & Evaristo, I. (2015). From Divides to Capitals: an Exploration of Digital Divides as Expressions of Social and Cultural Capital. In *Communication and Information Technologies Annual*. Emerald Group Publishing Limited.

Wiedemann, T., & Meyen, M. (Hrsg.). (2014). *Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft: Internationale Perspektiven*. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Willems, H. (2007). Elemente einer Journalismustheorie nach Bourdieu. In: Hanitzsch, T., & Schlüter, C. (Hrsg.). *Journalismustheorie: Next Generation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 215-238.

Zillien, N.; Marr, M. (2013) The Digital Divide in Europe. In: *The Digital Divide*. Routledge. S. 75-86.