

RODNEY BENSON

Nachrichtenmedien als ›journalistisches Feld‹: Was Bourdieu zum Neo-Institutionalismus beiträgt – und andersherum¹

1. Einleitung

In der Einleitung zu ihrem Standard-Sammelband über den Neo-Institutionalismus verweisen die Herausgeber Paul J. DiMaggio und Walter W. Powell (1991: 38) auf die »natürliche Affinität« dieses us-amerikanischen Ansatzes zu Pierre Bourdieus Feldtheorie. Bis auf wenige Ausnahmen (MOHR 2000: 56; MARTIN 2003) wurden die beiden Theoriekonzepte aber auch in der Folge kaum explizit miteinander verglichen, vor allem nicht in Bezug auf Nachrichtenmedien, wo bisher nur erste Annäherungsversuche zu verzeichnen sind (vgl. BENSON 1999; BENSON/NEVEU 2005). In den wichtigen Büchern von Timothy Cook (1998) oder Bartholomew Sparrow (1999) sucht man den Namen ›Bourdieu‹ vergeblich, und Bourdieu und sein Umfeld haben dieses ›Kompliment‹ ihrerseits im Wesentlichen zurückgegeben. Gerade weil die zwei Denkrichtungen aber in der Tat *nicht* identisch sind, kann eine Diskussion ihrer jeweiligen Stärken und Schwächen nur von Nutzen sein, um beide einen Schritt voranzubringen – und damit auch die politische Kommunikations- und Medienforschung.

1 Übersetzung: Thomas Wiedemann und Alexis Mirbach. Originalquelle: 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.

Im Folgenden komme ich zunächst auf die vielen Gemeinsamkeiten zu sprechen, die Feldtheorie und Neo-Institutionalismus aufweisen. Dann vergleiche ich die zwei Modelle anhand der Frage, wie sie Unterschiede in den Nachrichtenangeboten erklären – sowohl hinsichtlich der Zwänge, die von außen auf alle Medien wirken, als auch über verschiedene Nationalstaaten hinweg. Wie es Rich Kaplan (2002: 7) in Bezug auf Jürgen Habermas' Öffentlichkeitskonzept so treffend formuliert hat, müssen Felder konzeptualisiert werden, damit wir in aller Deutlichkeit die »unterschiedlichen Wege« erkennen, »auf denen Medien die Diskussion in der Demokratie verbessern oder behindern«. Um diese Unterschiede sichtbar zu machen, greift Kaplan auf einen historischen Vergleich zurück. Meine eigene Forschung (vgl. exemplarisch BENSON 2004, 2005; BENSON/SAGUY 2005; BENSON/HALLIN 2005) konzentriert sich dagegen auf länderübergreifende Vergleiche. Denkt man nicht nur darüber nach, wie Felder oder Institutionen gewöhnlich funktionieren, sondern auch darüber, wie systematische Unterschiede ganz verschiedene Formen von Nachrichten erzeugen, kommen wir bei der Analyse einer immer komplexer werdenden Nachrichtenwelt einen entscheidenden Schritt voran.

2. Felder und Institutionen: Gemeinsamkeiten

Bourdieu's Feldtheorie baut auf Max Weber und Émile Durkheim auf, wenn sie die Moderne als Prozess der Differenzierung in weitgehend autonome und zunehmend spezialisierte Handlungsbereiche beschreibt (zum Beispiel Politik, Wirtschaft, Religion, kulturelle Produktion). Ganz ähnlich argumentieren die us-amerikanischen Neo-Institutionalisten, dass die Gesellschaften der Gegenwart aus einer Vielzahl von miteinander konkurrierenden und halb autonomen institutionellen Anordnungen (oder Feldern) zusammengesetzt sind und dass, folgt man Thelen und Steinmo (1992: 10f.), eine Betrachtung dieser »Institutionen der intermediären Ebene« hilft, »Unterschiede zwischen kapitalistischen Gesellschaften« zu erklären. Dabei lassen die Neo-Institutionalisten das Wesen der Beziehungen zwischen diesen Feldern im Allgemeinen offen, womit in einigen Fällen ein größerer Pluralismus als tatsächlich vorhanden angedeutet wird. Bourdieu betonte dagegen die Vormachtstellung des Feldes der Wirtschaft, zumindest bezogen auf die gegenwärtige Epoche in der Geschichte (BOURDIEU/WACQUANT 1992: 110).

Ungeachtet der Machtdynamiken zwischen den Feldern gehen sowohl Bourdieu als auch die Neo-Institutionalisten davon aus, dass Felder eine gewisse Autonomie gegenüber externen Zwängen aufweisen. Haben sich Felder oder Institutionen einmal ausgebildet, tendieren sie dazu, von weitgehend impliziten Regeln oder Handlungsprinzipien gelenkt zu werden, was einen gewissen Grad an interner Homogenität zur Folge hat. Nach Bourdieu (1998a: 39) ist ein Feld ein Mikrokosmos innerhalb des Makrokosmos, der »seinen eigenen Gesetzen gehorcht«. »Was in ihm geschieht«, könne deshalb »nicht verstanden werden, wenn man nur die Einflüsse von außen betrachtet«.

Woher kommen nun diese gemeinsam geteilten Regeln? Cook und Bourdieu verweisen beide auf die Rolle des (historischen) Kampfes bei der Herausbildung und Aufrechterhaltung des Feldes oder der Institution. Cook (1998: 66) geht von der Annahme aus, »dass Institutionen das gegenwärtige Ergebnis von langwierigen und anhaltenden Konflikten und Herrschaft sind«. Und auch Bourdieu (1996: 206) hält Folgendes fest: »Die Einsätze im Kampf zwischen Herrschenden und Anwärtern [in einem gegebenen Feld der kulturellen Produktion und damit auch im Journalismus], die Gegenstände, um die sie sich streiten [...], hängen von der legitimen Problematik ab, also vom Raum der Möglichkeiten, der das Ergebnis vorausgegangener Kämpfe ist – ein Raum, der bei der Suche nach Lösungen tendenziell die Richtung vorgibt und folglich den gegenwärtigen und zukünftigen Output beeinflusst.«

Geschichte folgt keiner klaren Richtung. Es gibt allerdings eine »Pfadabhängigkeit«. Zufällige Ergebnisse früherer Kämpfe im Feld wirken in der Zukunft meist wie eine Beschränkung (auch wenn es sich dabei nicht um einen völligen Determinismus handelt). Genauer gesagt geht dieser Effekt so weit, dass die Resultate in allgemein anerkannte Annahmen darüber umgeformt werden, wie die Welt »natürlicherweise« funktioniert, wodurch sie als etwas scheinen, das nicht mehr infrage gestellt wird. Sparrow (1999: 13 - 17) beschreibt die Homogenität journalistischer Regeln und Praktiken als Ergebnis organisatorischer Dynamiken unter Bedingungen der Unsicherheit – eine alternative und möglicherweise ziemlich gewinnbringende Erklärung.

Was auch immer die Gründe für diese Einheitlichkeit journalistischer Institutionen oder Felder sein mögen, man merkt schnell, dass eine solche Behauptung für Cook, Sparrow und Bourdieu nötig ist, um den nächsten Schritt vorzunehmen – die Diagnose einer allumfassenden Medienmacht.

So konstatiert Cook (1998: 64): »Wenn es genauso viele verschiedene Organisationstypen wie Nachrichtenmedien gäbe, hätten wir wenig Anlass, uns über die Macht der Medien Sorgen zu machen, weil sie dann facettenreich und breit gefächert wären.« Ganz ähnlich findet man bei Bourdieu (1998a: 56) die Feststellung, dass »alle Felder der kulturellen Produktion heute strukturellen Zwängen aus dem journalistischen Feld [als Ganzem] ausgesetzt sind, und nicht denen eines einzelnen Journalisten oder Managers, welcher selbst vom Feld kontrolliert wird«.

Zusammengefasst kann man sagen, dass sowohl Bourdieu als auch Cook und Sparrow Nachrichtenmedien als einen sozialen Sektor konzipieren, der zumindest teilweise unabhängig von externen Zwängen ist und einen gewissen Grad an interner Homogenität aufweist, was ihn insgesamt dazu befähigt, eine beträchtliche Macht auf andere soziale Sektoren auszuüben.

Ist die genaue Bezeichnung so wichtig? Wie viele andere Neo-Institutionalisten in der Soziologie (DIMAGGIO 1986; FLIGSTEIN 1990; FRIEDLAND/ALFORD 1991)² begreift auch Sparrow (1999: 5) eine Institution als ein »interorganisatorisches Feld«, das aus »weiteren politischen Kommunikatoren [...] und anderen Marktteilnehmern« besteht. Cook (1998: 68) hat trotz seiner Proteste gegen eine Inflation von Begriffen ebenfalls den Terminus »organisatorisches Feld« benutzt. An anderer Stelle wirbt er dann aber wieder dafür, den Begriff »System« zu verwenden. Ryfe und Kaplan bevorzugen ihrerseits wiederum die Begriffe »Öffentlichkeit« und »Regime«. Wie wir sehen werden, ist der Ausdruck »Feld« dem der Institution (und den anderen Begriffen) aus genau dem von Cook aufgeführten Grund vorzuziehen: weil er ein passendes Modell darstellt, um sowohl die Heterogenität als auch die Homogenität zwischen Medienorganisationen erklären zu können. Die Theorie des Neo-Institutionalismus ließe sich aber wiederum nutzen, um auf ein entscheidendes Problem der Feldtheorie – zumindest in der Version Bourdieus – hinzuweisen: die Unfähigkeit, der (möglicherweise vorhandenen) externen Heterogenität gerecht zu werden, also den vielfältigen und sich potenziell überschneidenden

2 Das Feldkonzept war ursprünglich von dem us-amerikanischen Sozialpsychologen Kurt Lewin entwickelt worden (vgl. MARTIN 2003). Aus Gründen der Klarheit und in Einklang mit ihrer üblichen Verwendung werde ich den Begriff »Institution« gebrauchen, wenn ich mich auf Cook, Sparrow und andere Neo-Institutionalisten beziehe, und den Begriff »Feld« unter Bezugnahme auf Bourdieu, ihm nahestehende französische Wissenschaftler und meine eigene Forschung.

Beschränkungen, denen der Journalismus unterliegt und die sowohl vom politischen Feld als auch vom Feld der Wirtschaft ausgehen.

3. Unterschiede innerhalb von Feldern

Wie können wir nun den fortwährenden, konsistenten und auch tatsächlich existierenden Unterschieden zwischen bestimmten Nachrichtenorganisationen oder Typen von Nachrichtenmedien innerhalb des gegebenen journalistischen Feldes in einem Land Rechnung tragen? Für Bourdieu liegt eine entscheidende Erklärung in den komplexen Klassenbeziehungen, die sowohl die Produktion als auch die Rezeption kultureller Güter bedingen – ein Faktor, der in den meisten Darstellungen der Neo-Institutionalisten zu fehlen scheint, auch wenn Sparrow (1999) zugutezuhalten ist, dass er in seinem Werk *Uncertain Guardians* gegenüber ökonomischen Einflüssen besonders aufmerksam ist.

Im Gegensatz zu der Homogenitäts-Hypothese der Neo-Institutionalisten betont Bourdieus Verständnis des Feldes die ständige Erzeugung von Unterschieden. Bourdieu (1998b: 3) weitet Saussures Linguistik auf den sozialen Raum aus und bezeichnet das Reale als »relational«. Sozial zu existieren, bedeutet also, sich von anderen (wenn auch nur minutiös) zu unterscheiden – ein Prozess, der sich größtenteils unbewusst und ohne strategische Absicht vollzieht. Die Betonung der relationalen Konstruktion von Nachrichten scheint nachvollziehbar und nützlich für die Analyse der Medien. Nichtsdestotrotz betrachte ich Bourdieus Modell eher als Ausgangs- denn als Endpunkt für die Erklärung interner Heterogenität.

Nach Bourdieu ist die soziale Welt als Ganzes durch den Gegensatz von zwei Formen von Macht strukturiert: dem ökonomischen und dem kulturellen Kapital. Unter »ökonomischem Kapital« versteht Bourdieu schlicht Geld oder andere Vermögenswerte, die in Geld umgewandelt werden können. »Kulturelles Kapital« umfasst Dinge wie Bildungsnachweise, technische Expertise, Allgemeinbildung, sprachliche Fähigkeiten und Kunstverständnis. Insgesamt ist ökonomisches Kapital mehr wert, aber immer ist auch kulturelles Kapital nötig, um dem Legitimität zu verleihen, was manchmal als Ergebnis einer glücklichen Fügung scheinen könnte. Felder sind Arenen des Kampfes, in denen Individuen und Organisationen (sowohl unbewusst als auch bewusst) um den Wert des Kapitals, das sie besitzen, miteinander wetteifern.

Die spezifische Form des ökonomischen und kulturellen Kapitals variiert in jedem Feld. Im journalistischen Feld drückt sich ökonomisches Kapital durch Auflage, Werbeeinnahmen oder Einschaltquoten aus, während das für das Feld spezifische kulturelle Kapital bei der Verleihung des Pulitzer-Preis und auf anderen journalistischen oder akademischen Auszeichnungsforen zur Geltung kommt. Wie alle anderen Felder ist auch das journalistische Feld strukturiert durch den Gegensatz zwischen dem sogenannten heteronomen Pol, an dem die von außen wirkenden (insbesondere ökonomischen) Kräfte zum Ausdruck kommen, und dem autonomen Pol, der das spezifische und für das Feld eigentümliche Kapital abbildet (zum Beispiel künstlerische, literarische oder akademische Fähigkeiten).

Gestützt auf dieses Gerüst kann Bourdieu (1998a: 41) somit Folgendes behaupten: »Wenn ich herausfinden will, was der eine oder andere Journalist sagen oder schreiben bzw. als offenkundig oder undenkbar, normal oder wertlos erachten wird, dann muss ich die Position ermitteln, die er im Raum einnimmt. Außerdem muss ich die spezifische Macht des betreffenden Nachrichtenmediums in Erfahrung bringen.« Diese Position setzt sich aus kulturellen und symbolischen genauso wie aus ökonomischen Elementen zusammen, wie Bourdieu (ebd.; vgl. THOMPSON 1991: 14) weiter ausführt: »Seine Wirkung kann gemessen werden anhand von Indikatoren wie dem zum Tragen kommenden ökonomischen Gewicht [dem Kapital], also seinem Marktanteil. Aber sein symbolisches Gewicht [angehäuftes Prestige] spielt auch eine Rolle.« Obgleich verkürzt, hilft dieses Modell, die fortwährende Spannung zwischen kulturell reichen, aber finanziell oft schwach aufgestellten alternativen oder literarischen Medien (zum Beispiel *The Nation* oder *Mother Jones*) sowie einem kulturell dürftigen, aber finanziell starken Marktjournalismus (kommerzielle TV-Nachrichten) zu erklären. Nachrichtenorganisationen, die in der Lage sind, beide Kapitalformen zu vereinen (wie etwa die *New York Times* und das *Wall Street Journal*), besitzen symbolische Macht über das ganze Feld und spielen eine entscheidende Rolle dabei, die geltenden Regeln der journalistischen Praxis aufzustellen oder zu verändern.

Wie ließe sich konkret vorgehen, um Kapitalformen zu messen? Die Ausgangspunkte einer solchen Analyse werden in der Arbeit von Julien Duval (2005) ersichtlich. In seiner Analyse über das Unterfeld der französischen Wirtschaftspresse stellt Duval eine Reihe von Indikatoren auf, um den Umfang des im Feld zum Tragen kommenden ökonomischen Kapitals zu messen: Eigentumsform, finanzielle Verbindungen zu ande-

ren Medienangeboten, Größe der Leserschaft, Prozentsatz von Unternehmern und Managern unter den Lesern sowie prozentualer Anteil der auf dem Werbemarkt erwirtschafteten Einnahmen. Eine zweite Reihe von Variablen dient dazu, das spezifisch journalistische Kapital des Subfeldes zu messen. Dazu gehören das für die Berichterstattung zur Verfügung stehende Budget, das symbolische Kapital, welches in der geografischen Lage des Redaktionssitzes zum Ausdruck kommt (und über das Ansehen verschiedener Arrondissements in Paris gemessen werden kann), die Nähe zur ›politischen‹ bzw. ›literarischen‹ Journalistentradition in Frankreich (ersichtlich in der Existenz von Leitartikeln), die Leitung des Mediums in Person eines (ehemaligen) Journalisten sowie der Anteil von angestellten Redakteuren, die eine der renommierten französischen Journalistenschulen durchlaufen haben. In Bezug auf den Wirtschaftsjournalismus kommt Duval zu dem Schluss, dass das kulturelle und ökonomische Kapital tatsächlich in gar keinem so starken Gegensatz zueinander stehen: Die Nachrichtenorganisationen mit dem größten kulturellen Kapital verfügen über ein Publikum, das ihnen erlaubt, die höchsten Preise für Werbeanzeigen zu verlangen. Dieses fehlende Gegengewicht dürfte für viele nationale journalistische (Unter-)Felder typisch sein. Andernfalls kommt wahrscheinlich einer staatlich-öffentlichen Intervention die Schlüsselrolle zu (wie weiter unten noch diskutiert wird). Während keine Liste quantitativer Faktoren den gesamten Output einer gegebenen Nachrichtenorganisation erklären kann, ist dieser Versuch, die kulturellen (beruflichen) ebenso wie die ökonomischen Faktoren zu messen, ein deutlicher Fortschritt gegenüber der allzu weitverbreiteten Tendenz, für alle (Fehl-)Entwicklungen die Konzentration des Eigentums oder die Werbung verantwortlich zu machen.

Duval legt das Hauptaugenmerk auf die Beschaffenheit von Journalisten und journalistischen Organisationen. Ein alternativer Ansatz zur Verortung des Feldes bestünde darin, eine tief gehende Analyse der demografischen Charakteristika der Leser eines jeden Medienangebots durchzuführen. Nach Bourdieu (1984) sind die Räume der Produktion und Rezeption homolog, was nichts anderes bedeutet, als dass sie zwar getrennte, aber parallele soziale Universen darstellen, die um dieselben grundsätzlichen Verteilungen von ökonomischem und kulturellem Kapital organisiert sind. Bourdieu geht deshalb auch davon aus, dass eine »bereits etablierte Harmonie zwischen zwei Interessenssystemen [Produktion und Rezeption] besteht«, man »predigt« schließlich »nur zu den Konvertierten« (ebd.: 239f.). Bewusst oder unbewusst koordiniert, findet die kulturelle Produk-

tion ihren homologen Raum der Rezeption, also ein Publikum, das durch Bildung, Gesundheit und sozialen Hintergrund dazu prädisponiert ist, die vorgeschlagenen Formen der Information und Ideen bereitwillig anzunehmen (vgl. den Beitrag von DUVAL in diesem Band, S. 146ff.). Während der klassischen Phase der Omnibus- oder Massenmedien (von den 1950er- bis zu den 1970er-Jahren) wäre eine so intensive Beschäftigung mit dem Publikum wissenschaftlich wenig ertragreich gewesen, denn tatsächlich war das Publikum damals außerordentlich breit gefächert und heterogen. Die Omnibus-Medien jener Zeit (wie etwa die nationalen Fernsehnetzwerke) suchten und konstruierten in gewisser Weise einen kulturellen Bereich, der für die größtmögliche Zahl von Menschen akzeptabel oder zumindest ein bisschen zugänglich war.

Im Hinblick auf die Printmedien gestaltete sich diese Dynamik aber immer schon etwas anders. Regionale Zeitungen dienen zwar manchmal als Omnibus-Medien, aber selbst dann ist ihr durchschnittlicher Leser in Bezug auf seinen Beschäftigungsgrad, sein Einkommen und sein Bildungsniveau generell höher gestellt und mit größerer Wahrscheinlichkeit männlich als der Durchschnitt der erwachsenen US-Bevölkerung. In Abhängigkeit von der Region, in der die Zeitung erscheint, weicht der Anteil von Schwarzen oder Hispanics signifikant ab. Bei den Elitezeitungen wie etwa der *New York Times* und der *Washington Post* (entsprechende Daten für das *Wall Street Journal* sind zwar nicht öffentlich zugänglich, doch lassen sich hier Ergebnisse vermuten, die zumindest ähnlich sind) ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Leser einen College-Abschluss haben, mehr als 75.000 US-Dollar im Jahr verdienen und im Beruf eine leitende Position einnehmen, doppelt so hoch (oder noch höher) wie bei durchschnittlichen US-amerikanischen Erwachsenen, und die Wahrscheinlichkeit nicht einmal halb so hoch, dass sie weniger als 35.000 US-Dollar verdienen und als Arbeiter oder Handwerker tätig sind (vgl. Abb. 1 für Angaben im Detail).

Interessant ist dabei, dass die Leserschaft der *Los Angeles Times* eher der von *USA Today* und anderen regionalen Zeitungen (*Indianapolis Star*, *Orange County Register*) ähnelt als jener der *Washington Post* und der *New York Times* – ungeachtet der Tatsache, dass sie von ihren Journalisten selbst sowie von Pressebeobachtern gewöhnlich als Teil der nationalen Elitepresse erachtet wird (so wurde sie beispielsweise neulich in einer Framing-the-News-Studie des Pew Center als eine von drei nationalen Zeitungen codiert). Das wirft eine übergeordnete theoretische Frage auf: Wenn die Räume von Produktion und Rezeption allem Anschein nach nicht übereinstimmen

ABBILDUNG 1

Leserschaft ausgewählter US-Zeitungen (2002 bis 2003, in Prozent)

	Erwachsene Bevölkerung	<i>Indianapolis Star</i>	<i>Orange County Register</i>	<i>Los Angeles Times</i>	<i>USA Today</i>	<i>New York Times</i>	<i>Washington Post</i>
College-Abschluss	22	42	31	34	33	54	46
Einkommen 75.000 US-Dollar und mehr	26	37	50	41	41	51	59
Einkommen 35.000 US-Dollar und weniger	31	27	13	20	16	14	10
Leitende Position im Beruf und Fachkräfte	22	30	32	31	32	40	41
Arbeiter bzw. Handwerker	13	11	7	8	13	6	5
Weiblich	52	47	49	46	34	43	49
Schwarz	12	12	1	8	15	10	26
Hispanic	12	1	18	25	7	8	6

Quelle: Audit Bureau of Circulations 2002 - 2003 Readership Studies

(eine Möglichkeit, die von Bourdieu nicht wirklich in Betracht gezogen wurde), welcher Raum spielt dann die größere Rolle bei der Gestaltung von Nachrichten? Es ist noch mehr Forschung nötig, um solche möglicherweise nicht homologen Prozesse zu ergründen.

Eine genaue Betrachtung der Abbildung 1 deckt noch weitere Anomalien auf. So verdienen etwa die Leser des *Orange County Register* mit genau der gleichen Wahrscheinlichkeit wie jene der *New York Times* 75.000 US-Dollar oder mehr (bei der Frage, wie viel mehr sie verdienen, können sich die beiden Gruppen natürlich signifikant unterscheiden, zumindest ist ihr jeweiliges Bildungsniveau in der Tat unterschiedlich). Mit dem Schwerpunkt auf kurzen Artikeln im Stil der *USA Today*, farbenreichen Grafiken und mehr Human-Interest- als Politik-Inhalten könnte sich *Orange County Register* nicht stärker von der *Times* unterscheiden. Ein Teil des Problems beruht auf dem Mangel an adäquaten Leserdaten. Für Bourdieu konstituiert sich eine Klasse durch viel mehr Faktoren als nur Einkommen oder Vermögen: Zum ökonomischen kommt auch das kulturelle Kapital, welches dazu dient, Eliten auf etwa demselben Einkommensniveau zu un-

terscheiden. Klassenbeziehungen sind somit gemäß einer komplexen, vielschichtigen Logik organisiert: Es geht nicht nur um den Bildungsgrad, sondern auch um das studierte Fach und den Hochschultyp. Relevant ist nicht nur der Unterschied zwischen Managern und Büroangestellten oder Personen, die im Dienstleistungssektor tätig sind, sondern auch der Gegensatz zwischen öffentlichem und privatem Sektor sowie zwischen weiteren Untersektoren darüber hinaus. Und schließlich zählt auch nicht nur das gegenwärtige Einkommen, sondern auch das Vermögen (und wie und über welche Zeitspanne hinweg es erworben wurde). Brubaker (1985: 761) fasst Bourdieus Klassenverständnis, das anders ist als das von Marx oder Weber, recht gut zusammen: »Die Einteilung in Klassen ergibt sich nicht aus den unterschiedlichen Beziehungen zu den Produktionsmitteln, sondern aus den sich unterscheidenden Existenzbedingungen und Dispositionssystemen, die das Ergebnis unterschiedlicher Konditionierung und unterschiedlicher Ausstattung mit Macht oder Kapital sind.« Folglich können entscheidende Klassenunterschiede in offiziellen Statistiken verborgen bleiben. So umfassen etwa die vom Audit Bureau of Circulations stammenden und in Abbildung 1 aufgeführten Daten zur Leserschaft nur sechs Beschäftigungskategorien: leitende Positionen bzw. Fachkräfte, technische Berufe, Verwaltungsangestellte (einschließlich Büropersonal), Verkäufer, den Dienstleistungssektor sowie angelernte bzw. nicht in der Landwirtschaft tätige Arbeiter oder Handwerker. Doch schon auf der Ebene der leitenden Positionen bzw. Fachkräfte bestehen aber wahrscheinlich signifikante Unterschiede in Bezug auf politische und kulturelle Dispositionen zwischen Ingenieuren, Vorstandsvorsitzenden von Konzernen, Leitern von gemeinnützigen Einrichtungen und Professoren, die einem Hochschul-Department vorstehen (und dann auch noch zwischen den verschiedenen Disziplinen!). Auch wenn sich beispielsweise die Leser von *The New Yorker*, *The Atlantic*, *The Nation*, *The National Review* und *The Economist* hinsichtlich Ausbildungsdauer oder Einkommensniveau (Kapital-Gesamtvolumen) ähneln, unterscheiden sie sich vermutlich bezüglich der spezifischen Formen ihres kulturellen Kapitals (Verhältnis der Kapitalformen).

Wie steht es nun mit der angeblichen Zunahme der Meinungsvielfalt durch die neuen Medien und der Politisierung einiger Medienangebote, vor allem der nationalen US-Kabelnetzwerke FOX und CNN? Zielgruppenorientierte oder segmentierte Medien haben lange neben den ›gesellschaftskonstituierenden‹ (TUROW 1997) Omnibus-Medien existiert. Neue Verbreitungstechnologien (Kabel, Internet) und ausgefeilte Marketing-

strategien haben es schlichtweg immer mehr Medien ermöglicht, sich auf ihre jeweilige Zielgruppe zu konzentrieren. Gemäß der Feldtheorie sind diese Entwicklungen aus einem Grund überhaupt keine Überraschung: Die grundsätzliche Dynamik kultureller Felder besteht in der fortwährenden Erzeugung von Unterschieden. Geht man davon aus, dass jede Bedeutung das Ergebnis einer Relation ist, wird jede Veränderung im Medienorchester ein gewisses Maß an diskursivem Wandel erzeugen. Das Schlüsselwort ist: ein gewisses Maß.

Ein fundamentaler Wandel wird nicht stattfinden, solange es nicht zu irgendeinem externen Schock für das Feld kommt. Wahlen und daraus resultierende Neuausrichtungen wie zum Beispiel der überraschende Sieg des Sozialisten François Mitterand bei der französischen Präsidentschaftswahl im Jahr 1981 können einen solchen Schock darstellen. So sahen sich *Le Monde* und andere links stehende Zeitungen nach drei Jahrzehnten konservativer Staatsführung plötzlich dazu gezwungen, ihre Aufgabe und ihre Identität neu zu definieren. Während der Herrschaft der (Neo-)Gaullisten diente ihnen die Politik der Linken nur dazu, das eigene Ansehen im Hinblick auf journalistische Unabhängigkeit zu festigen. Als die Linke auf einmal selbst zum »Establishment« gehörte, konnte diese Gleichung natürlich nicht mehr länger aufgehen. Genauso ist es kein Zufall, dass das rechts ausgerichtete Radio und Kabelfernsehen in den USA seinen Machtgewinn erst unter der Präsidentschaft von Bill Clinton festigte, dem ersten demokratischen Präsidenten nach gut einem Jahrzehnt. Und in der ersten Amtszeit von George W. Bush verzeichnete die links ausgerichtete *Nation* einen beträchtlichen Zuwachs bei der Auflage, während die konservative *National Review* einen Rückgang verbuchte (PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM 2005). Insgesamt scheinen die Auswirkungen politischer Neuausrichtungen auf Medieninhalte und ihre Nutzer aber dennoch ziemlich gering zu sein, zumindest in den Vereinigten Staaten: Eine Fragmentierung des Publikums nach Parteilinien gibt es hauptsächlich beim Kabelfernsehen (FOX steht hier CNN gegenüber), bei wortlastigen Radiosendern sowie einigen kleinen Zeitschriften (ebd.). Und sogar hier muss betont werden, dass die ideologischen Differenzen nicht besonders dramatisch sind, solange der Output des journalistischen Feldes von und für die reichsten Gruppen der Gesellschaft mit der höchsten Bildung erzeugt wird.

Ein vielleicht bedeutsamerer Schock für die Nachrichtenmedien in den USA und anderswo – einer, der sich über eine lange Zeitspanne entwickelt hat – ist der umfassende Wandel des Kapitalismus hin zu einem stärker

profitorientierten, gegen den öffentlichen Sektor und die Gewerkschaften ausgerichteten Modell der ›flexiblen Akkumulation‹ (exemplarisch HARVEY 1989; SASSEN 1998). Ein Effekt dieses Wandels bestand in dem wachsenden Auseinanderdriften von Einkommens- und Vermögensverhältnissen sowie Bildungschancen und beruflichen Perspektiven, wodurch sich das journalistische Feld nur noch weiter von den Alltagsorgen der Arbeiterschicht und der armen Bevölkerungsteile entfernt hat. Ein anderer Effekt war die Stärkung des ökonomischen Kapitals gegenüber allen nicht am Markt taxierten Formen der Macht (Wohlfahrtsstaat, Nachrichtenmedien im ›öffentlichen Interesse‹, gemeinnützige Vereinigungen). In den Redaktionen offenbarte sich diese Hyperkommerzialisierung im Aufkommen des strategischen Marketings und somit im Zusammenbruch der traditionellen ›Schutzwälle‹, die Nachrichteninhalte von geschäftlichen Operationen trennte. Was macht das für einen Unterschied? Wenn Bourdieu richtig liegt, wird eine Veröffentlichung möglicherweise so oder so seine Zielgruppe finden. Strategisches Marketing könnte den Prozess dann lediglich beschleunigen.

Paradoxerweise bietet ein so offensichtlich kommerzieller Umgang mit Nachrichten ein leichter auszumachendes Ziel für journalistisch-professionelle Kritik und Opposition. Die Kritik an der Hyperkommerzialisierung gehört mittlerweile zum konstanten Grundrauschen in journalistischen Berufsorganen (*Columbia Journalism Review*, *American Journalism Review*) und Büchern von angesehenen Journalisten nationaler Medien (exemplarisch FALLOWS 1997; KOVACH/ROSENSTIEL 2001; DOWNIE/KAISER 2003). Dass ökonomische Zwänge und berufliche Widerstände möglicherweise aufeinanderprallen, ist ein wichtiger Aspekt der Feldtheorie (oder sollte es zumindest sein), und damit gelangen wir wieder zu der Frage, wie dieses soziale Phänomen theoretisch treffender abgebildet werden könnte.

Bis zu welchem Grad stellt das Internet ein Gegengewicht zu dieser Veränderung der Nachrichtenkultur dar? Nur zu einem geringen, würde ich sagen. Denn wer sind die viel gepriesenen Blogger und kleinen Portale, von denen angenommen wird, dass sie die Medienlandschaft verändern? Ganz klar, die meisten von ihnen sind jung, haben studiert, gehören zur (gehobenen) Mittelschicht und verfügen über ein beträchtliches Einkommen. Eine genauere Analyse ihrer Herkunft und ihrer Fähigkeiten, also ihres Besitzes an den verschiedenen Formen von kulturellem und ökonomischem Kapital, steht noch aus (oder müsste noch öffentlich gemacht werden). Die typische Beschreibung von Bloggern als entweder konservativ oder liberal

tendiert meist dazu, genauso viel zu verdecken, wie sie enthüllt. Es gibt genügend Spielraum für einen linken Lifestyle-Blogger, um innerhalb der neuen kapitalistischen Ordnung zu existieren und sogar Erfolg zu haben. Betrachtet man die Themen, die während der US-Präsidentchaftswahl von 2004 herangezogen wurden, um die beiden großen Parteien unterscheidbar zu machen (Rechte für Homosexuelle, Abtreibung, Religiosität im Allgemeinen), dann erleben wir tatsächlich allem Anschein nach die virtuelle Machtübernahme von kulturellen Belangen in der Politik – zulasten von eigentlich wichtigeren Fragen der wirtschaftlichen und sozialen Gerechtigkeit. Selbst wenn die Blogosphäre eine parteilichere öffentliche Sphäre darstellt, handelt es sich dabei gewiss um eine ganz andere Parteilichkeit der Medien als die im Frankreich der frühen Nachkriegszeit oder gar als jene der lebendigen sozialistischen Arbeiterpresse in den Vereinigten Staaten vor dem Ersten Weltkrieg.

Ausgerichtet auf eine Fülle kultureller Nischengeschmäcker, sind Blogs der Traum des Zielgruppenmarketings. Eine Werbemanagerin erinnert sich an ihre Entdeckung von *Gawker*, einem Blog über New York, der mittlerweile Teil einer größeren Plattform ist (zitiert nach ZELLER 2005: 1): »Ich glaube, das war im Sommer 2003. Da waren bloß ich sowie einige Freunde und Kollegen aus der Werbebranche. Wir haben angefangen, *Gawker* zu lesen, weil wir es brüllend komisch fanden.« Und als sie feststellte, dass alle Teilnehmer dort junge, gut bezahlte Singles waren, die ihre ganze Aufmerksamkeit diesem produktiven Raum widmeten, dachte sie: »Wir müssen dort aufspringen.«

Es ist somit unwahrscheinlich, dass Blogs grundsätzlich die Klassenschräglage in den Nachrichtenmedien beenden werden. Wenn sie radikale politische Inhalte anbieten, erhalten sie geringere oder gar keine Werbeeinnahmen und werden zunehmend marginalisiert und unsichtbar im Netz. Aber innerhalb der *Communitys* des (gehobenen) Mittelschichtgeschmacks und in den im sozialen Raum angrenzenden Kreisen dürften Blogs den Prozess des gegenseitigen Beobachtens intensivieren, durch den man (im Verhältnis zu anderen) die eigene kulturelle Identität ausbildet und neu definiert.

Natürlich brauchen wir Bourdieu nicht, um über Marketing zu sprechen. Aber vielleicht hilft uns die Feldtheorie, weil sie uns eine Möglichkeit bietet, diesen Prozess auf einem Weg zu erforschen, der ihn nicht als naturgegeben erscheinen lässt und der eine kritische Distanz zur Weltsicht der Medienindustrie ermöglicht. Unter Bezugnahme auf die soziale Klas-

senstruktur insgesamt könnte damit begonnen werden, die sogenannte ›Vielfalt‹ dieses werbefinanzierten Mediensystems als das zu sehen, was sie ist: eine relativ eng begrenzte Ansammlung um ein paar Positionen in elitären Feldern kultureller, politischer und ökonomischer Macht. Wenn sich eine Gesellschaft echte ideologische Vielfalt wünscht (eine Vielfalt, die in der sozialen Erfahrung von Klassenstrukturen wurzelt), dann wird es nötig, die Grenzen einer solchen kommerziellen Presse zu erkennen. Im nächsten Abschnitt dieses Beitrags werde ich deshalb Überlegungen anstellen, wie der öffentliche Sektor die Gesetze des Marktes ergänzen und ihnen entgegentreten kann.

Schließlich sollte noch angemerkt werden, dass die Diskussion über die crossmediale Vielfalt Abweichungen auf der Ebene von Individuen nicht ausschließt. Das Handeln von Individuen ist nicht einfach als Ausdruck bereits bestehender Strukturen zu verstehen. So betont Sparrow (1999: 10-13), dass »individuelle Vorlieben eher in Einklang mit spezifischen organisatorischen und sozialen Bedingungen stehen [...], als das Ergebnis früherer Dispositionen oder Vererbung zu sein«. Zudem seien »von Journalisten und Nachrichtenorganisationen in ähnlichen Positionen [...] ähnliche Verhaltensweisen« zu erwarten. Statt zwischen Struktur und Geschichte (früheren Dispositionen und Vererbung) zu wählen, fordert Bourdieu, bei jeder Erklärung der journalistischen Produktion beides zu berücksichtigen.

Um dieser Anforderung gerecht zu werden, führt Bourdieu den individuellen Akteur ein, zu verstehen als Verkörperung eines komplexen Ablaufs in der Geschichte, kurz: als Habitus. Der Habitus betont, wie sozialer Hintergrund und Erziehung das Handeln anleiten. Frühe Erfahrungen formen darauf folgende, aber der Habitus ist keineswegs notwendigerweise unveränderlich (BOURDIEU/WACQUANT 1992: 133). Deshalb muss jede Erklärung von Einstellungen, Diskursen und Verhalten auf einer Analyse der strukturellen Position (im Feld bzw. des Feldes im Vergleich zu anderen Feldern) sowie der besonderen Entwicklung in der Geschichte beruhen, durch die ein Akteur zu ebendieser Position gelangte (Habitus). Gerade bei der Erforschung der sich deutlich unterscheidenden kulturellen Produktion von Kolumnisten, Sonderkorrespondenten oder Autoren von Features – von journalistischen Rollen, die eine größere ideologische oder stilistische Bandbreite erlauben –, ist die Analyse des Habitus genauso grundlegend wie die der Position im Feld. Was Sparrow als typische strukturelle Determination beschreibt, würde Bourdieu als nur eine

mögliche Situation kategorisieren, bei der Habitus und Feldposition eine enge Symbiose eingehen und sich der Effekt des Habitus weitgehend im Feld auflöst. Solche Fälle einer deutlichen Übereinstimmung von Feld und Habitus lassen die Existenz einer Art geteilter Regeln vermuten, was eher für bestimmte Punkte im journalistischen Feld zutrifft als für das Feld als Ganzes und von Bourdieu (1998a: 36) als »geheimes Einverständnis« bezeichnet wird.

Wie verhält es sich nun aber mit individuellen Eigenarten, zufälligen Ereignissen und dergleichen? Ryfe (2006) argumentiert, dass die grundlegenden und ordnenden Regeln des professionellen Journalismus einen beachtlichen Spielraum für Kreativität zulassen: etwa bei der Wahl der zu schreibenden Geschichten, bei der Frage nach der Formulierung eines Aufmachers oder bei der Entscheidung über die zu interviewenden Quellen. Dieses ziemlich einleuchtende Argument kann noch einfacher zusammengefasst werden: Die kulturellen Regeln, die in einem Feld Wirkung entfalten, bedeuten eine Einschränkung, ermöglichen aber auch Freiräume, weil sie nicht determinierend sind. Das Zusammenspiel von Habitus und Feld bietet eine wahrscheinliche, aber keine totale Erklärung. Außerdem könnten Journalisten durch eine Art Sozioanalyse möglicherweise selbst verstehen, wie ihre sozialen Erfahrungen und Positionen unbewusst ihre Arbeit beeinflussen, und diesen Einflüssen dann ganz bewusst entgegenzutreten. Gewiss brechen einige Journalisten aus, aber als Beispiele dafür würde ich eher auf den Feature-Autor Charlie LeDuff oder den Essayisten Frank Rich verweisen als auf Raymond Walter Apple, wie Ryfe es tut. Apples Persönlichkeit mag zwar schillernd gewesen sein, aber seine Art des Berichtens und Schreibens war nicht so innovativ, sondern stand eher für gehobene Standards.

4. Unterschiede bei externen Zwängen auf das journalistische Feld

Nachdem sowohl Homogenität als auch Heterogenität im journalistischen Feld besprochen wurden, verorte ich nun die Nachrichtenmedien in ihrer weiter gefassten sozialen Umgebung. Bourdieu verwendet räumliche und relationale Metaphern, um seiner Auffassung von der Anordnung des Journalismus, anderer Felder und der übrigen sozialen Welt Ausdruck zu verleihen, und konzipiert das alles mit »chiasmischen« (quasi überkreuzten)

Begriffen.³ Die vertikale Achse misst das Volumen des Gesamtkapitals, während die horizontale Achse das Verhältnis von kulturellem und ökonomischem Kapital abbildet (üblicherweise siedelte Bourdieu den kulturellen Pol auf der linken und den ökonomischen Pol auf der rechten Seite an). Wandert man (das gilt für alle sozialen Räume) von links nach rechts, nimmt der Anteil des (dominierten) kulturellen Kapitals ab, während jener des (dominanten) ökonomischen Kapitals ansteigt. Bewegt man sich von unten nach oben im Raum der sozialen Klassen, wächst das Gesamtvolumen aller Kapitalformen. Somit findet man an der Spitze des sozialen Raumes das Feld der Macht, das ebenfalls durch den grundsätzlichen Gegensatz zwischen kulturellem und ökonomischem Kapital organisiert ist. Doch verfügen hier alle Akteure über eine relativ hohe Gesamtmenge von zumindest einer Kapitalform.

Das journalistische Feld wird als Teil des Feldes der Macht erachtet. Das bedeutet, dass in erster Linie jene Akteure dazu gehören, die über ein großes Gesamtkapital verfügen. Im Feld der Macht zählt es aber zum dominierten Feld der kulturellen Produktion – es handelt sich also um ein Feld innerhalb eines größeren Feldes. An seinem linken Pol ist der Journalismus Teil der eingeschränkten kulturellen Produktion (die für andere Produzenten gemacht wird, also der Teil des Feldes, der dem kulturellen Pol am Nächsten ist – hier finden sich etwa kleine Literaturjournale oder die Avantgarde), während er an seinem rechten Pol zum Feld der kulturellen Massenproduktion gehört (die für das Gesamtpublikum gemacht wird, also der Teil des Feldes, der dem ökonomischen Pol am Nächsten ist – hierzu zählen etwa Unterhaltungsformate für die Massen). Größtenteils gehört das journalistische Feld zu Letzterem. Das bedeutet, dass es im Vergleich zu anderen Subfeldern im weiten Feld der kulturellen Produktion »ein hohes Maß an Heteronomie« aufweist und somit nur über eine »sehr schwach ausgeprägte Autonomie« verfügt (BOURDIEU 2005: 33).

Zusammengefasst verortet Bourdieu das journalistische Feld im Feld der Macht, gefangen zwischen kultureller und ökonomischer Macht, wobei die ökonomische Macht für gewöhnlich die Oberhand behält. Wenn die ökonomische Macht in Bourdieus Ansatz zwangsläufig gegen die kulturelle Macht gewinnt, liegt das jedoch größtenteils daran, dass der Staat

3 Grafische Darstellungen des Feldes der kulturellen Produktion finden sich bei Bourdieu (1993: 38) und Benson (1999: 466, 472).

unberücksichtigt bleibt – oder weil sich vielmehr kein Weg bietet, über den Staat oder die politische Macht anders als in Verbindung mit ökonomischer Macht zu sprechen. Deutlich wird diese Lücke in den Verweisen auf einen (einzigen) heteronomen »Pol der ökonomischen und politischen Macht« (BOURDIEU 1988: 38; 2005; vgl. BENSON 1999: 482f.; 2005) – eine Annahme, die zwei miteinander möglicherweise in Konflikt stehende Machtformen in einen Topf wirft.

Selbstverständlich dient der Staat nicht immer und ausschließlich dazu, die Macht des Marktes zu erhöhen. Ungeachtet des vermeintlichen Händeweg-Diktats im First Amendment hat die Regierung der Vereinigten Staaten den Charakter des US-amerikanischen Mediensystems entscheidend geprägt, wie Cook (1998: 60; vgl. BAKER 2002; STARR 2004) herausstellt: »Die politischen Handhabungen wurden vonseiten der Entscheidungsträger in der Annahme entworfen, nach der Nachrichtenmedien staatliche und politische Funktionen haben und Hilfe benötigen, um diese in angemessener Weise zu erfüllen.« Dabei handelte sich um Handhabungen, die in vielen Fällen ausdrücklich gegen Marktprinzipien verstießen, wie zum Beispiel beim Beschluss zum gemeinsamen Vorgehen von direkt miteinander konkurrierenden Stadtzeitungen. Dass Bourdieu die Medienpolitik unberücksichtigt ließ, ist ziemlich erstaunlich, da der französische Staat verglichen mit den USA sehr viel mehr dafür tut, dass die Presse ihrer öffentlichen Aufgabe nachkommt, im Besonderen über einen relativ gut finanzierten öffentlichen Rundfunk sowie über zielgerichtete Subventionen für Zeitungen (wie etwa für das kommunistische Blatt *L'Humanité*, das links-katholische Organ *La Croix* und sogar die weit im rechten Spektrum angesiedelte Zeitung *Présent*), die zwar nur über geringe Werbeeinnahmen verfügen, aber die Bandbreite der öffentlichen Debatten erhöhen – eine Vorgehensweise, die von Cook (1998: 266) recht positiv beurteilt wird.⁴

Wie kann man nun wieder zu einigen analytischen Überlegungen über den Einfluss der Politik auf die Medien gelangen, welcher nicht wirtschaftlichen Parametern unterliegt? Ein Mittel bestünde darin, das journalistische Feld einfach in das politische Feld oder einen noch größeren Komplex aus mehreren Feldern zu verlagern. In *On Television* geht Bourdieu (1998a: 76)

4 Ausführlichere (Hintergrund-)Informationen über die medienpolitischen Maßnahmen des französischen Staates sind bei Kuhn (1995), Hallin und Mancini (2004) sowie Benson (2005) nachzulesen.

an einer Stelle sogar fast so weit, wenn er festhält, dass »das journalistische Feld in gewisser Weise Teil des politischen Feldes ist, auf das es selbst einen so mächtigen Einfluss hat«. Für Sparrow (1999: 12f.) gehört der Journalismus in diesem Punkt zu einem größeren »interorganisationalen Feld [...] mit anderen Kommunikatoren der politischen Information, anderen Nachrichtenorganisationen und anderen Privatunternehmen« – kurz: zu einem journalistisch-politisch-ökonomischen Feld. Cooks geringfügig andere Definition von Nachrichten (mit den zwei grundsätzlichen Elementen: Was ist wichtig und was ist interessant?) erlaubt es, über unterscheidbare politische und ökonomische Einflüsse auf die journalistische Produktion nachzudenken. Politische Nachrichtenquellen bestimmen weitgehend, was wichtig ist, wohingegen ökonomische Faktoren das prägen, was als interessant gilt, vor allem in Bezug auf die journalistischen Produktionswerte. Zunächst scheint Cook (1998: 89) die Journalisten so zu beschreiben, als würden sie selbst eine maßgebliche Autonomie gegenüber politischen Akteuren besitzen. Beispielsweise schreibt er: »Während Politiker die Bedingungen und Regeln des Zugangs diktieren sowie gewissen Ereignissen und Themen Bedeutung verleihen, indem sie ihnen Raum geben, können die Journalisten entscheiden, ob sie das Material interessant genug finden und wie sie darüber berichten möchten. Journalisten bringen ihre eigenen Vorstellungen mit, was Nachrichten sind und was nicht, wenn sie ihre Arbeit aufnehmen.« Aber weiter hinten in seinem Buch streicht Cook dann heraus, dass die Auswahlkriterien der Journalisten im Wesentlichen marktgesteuert sind: »Profitorientierte Nachrichtenorganisationen [...] suchen Werbekunden, denen sie den Zugang zu ihrem Publikum verkaufen. Dieser ökonomische Imperativ nährt ›Produktionswerte‹, die von beinahe allen Nachrichtenangeboten geteilt werden, was zu einem entsprechenden Konsens über die tägliche Nachrichtengestaltung führt« (ebd.: 167).

Meine Bedenken gegenüber diesen Versuchen, sowohl politische als auch ökonomische Einflüsse auf die Nachrichten zu berücksichtigen, bestehen jedoch darin, dass sie einen Preis haben: den Verzicht auf jede Analyse eines charakteristischen, autonomen Einflusses des Journalismus. Die Medienlogik gehorcht ökonomischen und politischen Gesetzen, sie ist aber auch ›professioneller‹ Natur (HALLIN 1996). Obgleich Journalisten, wie Kaplan betont, zweifelsohne ihre intellektuellen, moralischen und beruflichen Ressourcen aus Quellen von außen beziehen, liegen ihre Stärke und in der Tat auch ihre gewisse Autonomie (mag sie auch noch so gering sein) in ihren Kollegen begründet. Wenn die Neo-Institutionalisten den Staat

in angemessener Weise wieder ins Spiel bringen, dann erweist Bourdieu seinen Dienst, indem er darauf beharrt, dass Journalisten – als Kollektiv, nicht als Individuen⁵ – auch eine zumindest halb autonome Rolle bei der Nachrichtengestaltung zukommt. Ist Journalismus eine politische Institution? Vielleicht. Aber zunächst einmal ist es eine journalistische Institution, die das Spiel von externen Kräften bricht und nicht einfach nur widerspiegelt. Wie schon erwähnt, kann eine solche Form journalistischer Autonomie in dem Widerstand ausgemacht werden, den viele us-amerikanische und europäische Journalisten den wachsenden Zwängen des Marktes entgegensetzen.

Die Herausforderung liegt nun darin, diesen wichtigen Aspekt aus Bourdieus Modell beizubehalten (den einer spezifisch journalistischen Form von Macht), aber zugleich zu berücksichtigen, dass der Staat wie auch der Markt dazu beitragen, diese autonome Macht zu ermöglichen oder zu beschränken. Wie können wir drei Formen von Macht berücksichtigen und gleichzeitig die analytischen Vorteile von Bourdieus bipolarem (kulturell und ökonomisch) Raummodell beibehalten? Eine Lösung wäre, das journalistische Feld so zu konzipieren, dass es größtenteils durch den Gegensatz zwischen dem staatlich-kulturellen bzw. öffentlichen Pol auf der einen Seite und dem staatlich-marktorientierten Pol auf der anderen Seite strukturiert ist. Diese Neukonzipierung bestätigt das, was Schudson (1994: 535) als »ontologische« Priorität des Staates bezeichnete, oder (um es in der Sprache der Feldtheorie auszudrücken) die Annahme eines Metakapitals in Händen des Staates (COULDRY 2003), das diesem ermöglicht, die Höhe des Wechselkurses für alle anderen Kapitalformen festzulegen. Wird diese Macht des Staates nun herausgefordert durch ein Metakapital der Medien, das Couldry als *Celebrity* bezeichnet? Die Logik der Stars und Sternchen oder jene der Personalisierung mag zwar immer dominanter werden, doch ist sie noch lange nicht das Einzige, worum es geht. Es liegt in der Hand des Staates, allen Logiken des Feldes (ökonomischen, kulturellen, moralischen bzw. religiösen, *Celebrity*-) den gebührenden Wert einzuräumen. Wenn unsere Politik dabei ein gewisses Maß an demokratischer

5 Dass Bourdieu eine andere Vorstellung von der Autonomie eines Feldes hat, wird noch deutlicher, wenn man sieht, wie sich Cook mit diesem von ihm oft verwendeten Begriff immer auf individuelle Personen in der Nachrichtenbranche bezieht, was auch der Index seines Buchs *Governing with the News* bestätigt. Im Verzeichnis von Sparrows Werk *Uncertain Guardians* taucht das Wort »Autonomie« überhaupt nicht auf.

Gestaltungsfähigkeit zurückerhält, ist das auch eine gute Sache. Es geht nicht um die Frage, ob eine Regulierung stattfinden soll oder nicht, sondern um die Art der Regulierung, und eine in den USA und anderen Teilen der Welt gerade entstehende Bewegung für eine Reform im Bereich Medien hat ihren Ursprung genau in diesem entscheidenden Kampf um die Neufassung der Regeln des Spiels (vgl. exemplarisch MCCHESENEY/NICHOLS 2002).

Wenn man Bourdieus Modell in dieser Form überdenkt, würde man den kulturellen bzw. öffentlichen Pol in einem Bereich verorten, der maßgeblich von staatlicher Unterstützung abhängig ist, sei es in finanzieller oder in regulatorischer Hinsicht.⁶ Der Abhängigkeit der ökonomischen Macht vom Staat (wie es bei Fragen der Privatisierung, bei Steuern oder bei der Währungspolitik der Fall ist) wäre damit ebenfalls ausreichend Rechnung getragen. Eine solch veränderte Sichtweise würde außerdem zum Ausdruck bringen, bis zu welchem Grad der Staat selbst keine singuläre Einheit ist, sondern sich in Wirklichkeit aufspaltet in verschiedene Einrichtungen und gewählte Gremien.⁷

Die journalistische Autonomie würde genau in der professionellen und organisatorischen Balance bestehen – oder in dem Spannungsverhältnis zwischen diesen beiden sich gegenüberstehenden heteronomen Polen (staatlich-kulturell und staatlich-ökonomisch).⁸ Mit anderen Worten ist es genauso ein Fehler, die journalistische (oder jede andere Form spezifisch kultureller) Autonomie aufseiten eines paternalistischen Staates zu verorten wie umgekehrt bei einem privatisierenden Staat. Berufsverbände, Urteile über die Presse und Auszeichnungen könnten als Indikator dafür

6 Eine alternative institutionelle Basis für diesen staatlichen bzw. kulturellen Pol, die in den Vereinigten Staaten geläufiger ist als in den meisten Ländern Europas, ist die Großzügigkeit vermögender Spender oder privater Stiftungen. Eine solche Unterstützung war für viele links-progressive us-Zeitschriften (zum Beispiel *The Nation*, *The Progressive*, *Mother Jones* und *In These Times*) lebensnotwendig. Aber selbst in diesen Fällen fördern und unterstützen Vergünstigungen bei Steuern oder der Postzustellung sowie andere Maßnahmen eine so philanthropische Hilfe.

7 Der Einfluss sozialer Bewegungen könnte entweder in der Nähe des öffentlichen Pols (Umweltschutz, Arbeit, Frauen- und Bürgerrechte) oder in der Nähe des am Markt orientierten Pols (konservative Thinktanks, religiöse Gruppen) verortet werden. Bei genauerer Betrachtung ihrer Ziele und Verbündeter würde man viele soziale Bewegungen, die als links (oder im us-Kontext als liberal) gelten, in die Nähe des marktorientierten Pols rücken. Wie soll man dann Organisationen mit einer gegen das System gerichteten Orientierung jedweder Art (Anarchisten, kleine religiöse Sekten) einschätzen? Innerhalb des journalistischen Feldes könnte man sie grafisch am unteren Ende positionieren. Da es solche Gruppierungen meist vermeiden, in großem Umfang Macht anzusammeln, ist ihre Fähigkeit zur Gestaltung des Feldes wahrscheinlich auch recht beschränkt.

8 Für die Ausarbeitung dieses Gedankens bedanke ich mich bei Nick Couldry.

dienen, wie die Macht zwischen den miteinander wetteifernden Vorstellungen journalistischer Exzellenz relativ verteilt ist. Bewegungen zur Neugestaltung des Berufs schaffen es möglicherweise in einigen Fällen, neue Formen negativer Sanktionen oder positiver Anstöße zu institutionalisieren (BOURDIEU 1996: 220), die letztlich die journalistische Praxis verändern – in die eine oder in die andere Richtung. Autonomie ist folglich ein permanent umkämpfter Raum irgendwo zwischen nicht markt-orientierten und marktorientierten Formen staatlicher Regulierung, obwohl sie notwendigerweise nicht aufrechterhalten werden kann ohne eine gewisse Abhängigkeit von der einen oder der anderen Form. Wir können nicht a priori behaupten, dass journalistische Autonomie etwas normativ Wünschenswertes ist, wie es Bourdieu nahelegt. Sie ist es in der Tat vielleicht nicht (SCHUDSON 2005): Die Interessen von Journalisten stimmen wohl nicht immer mit denen von Wissenschaftlern, Aktivisten oder der Gesamtbevölkerung überein. Dennoch ist das journalistische Streben nach Autonomie Teil der komplexen Wirklichkeit und gehört zur Dynamik des Feldes, die dabei hilft, den Nachrichten-Output zu verstehen.

5. Unterschiede zwischen nationalen journalistischen Feldern

Die Feldtheorie und der Ansatz des Neo-Institutionalismus stellen eine wesentliche Bereicherung für das bisherige Theorieangebot im Bereich der Nachrichtensoziologie dar (BENSON/NEVEU 2005). Das Konzept ›Feld‹ oder ›Institution‹ ermöglicht es, gleichzeitig die externen und internen Kräfte bei der Nachrichtengestaltung zu berücksichtigen sowie deren komplexe Interaktion. In diesem Abschnitt werde ich diskutieren, wie man Unterschiede zwischen Feldern theoretisch abbilden könnte, was möglicherweise dazu beiträgt, fortwährende Unterschiede über Ländergrenzen hinweg zu erklären.

Die intensive Lektüre des Buchs *On Television* von Bourdieu (1998a) würde vermutlich eine lange Liste journalistischer Produktionswerte liefern, die der Aufzählung von Cook (1998: 5) sehr nahekäme: »Drama, Neuigkeit, Aktualität, Klarheit, Farbe, leicht verständliche Geschichten mit zwei verschiedenen Standpunkten, Prägnanz, gelungene Grafiken, knackige O-Töne«. Zweifelsohne besitzen journalistische Texte sowohl in Frankreich als auch in den Vereinigten Staaten oft diese Eigenschaften (obwohl

›prägnant‹ oder ›gelungene Grafiken‹ in beiden Ländern nicht immer das Gleiche bedeuten muss). Trotzdem steht die Presse in Frankreich mit ihrer ›politischen‹ bzw. ›literarischen‹ Tradition in vielen Bereichen in starkem Gegensatz zum us-amerikanischen Modell der Objektivität bzw. Information. Jüngste Forschungsergebnisse haben gezeigt, dass die überregionalen französischen Eliteblätter verglichen mit der *New York Times* ideologisch vielfältiger sowie kritischer sind und öfter Tatsachen und Meinungen in der Nachrichtenberichterstattung vermischen (BENSON/HALIN 2005).

Diese Landesunterschiede blieben trotz der zunehmenden Kooperationen zwischen us-amerikanischen und französischen Zeitungen auf Herausgeberebene – seit 2002 veröffentlicht etwa *Le Monde* wöchentlich eine Beilage der *New York Times* auf Englisch – bestehen. Im Frühjahr 2005 hat schließlich *Le Monde* seine Webseite radikal umgestaltet. Verblüffend war dabei nicht so sehr das neue Design, das dem Internetauftritt der *New York Times* glich, sondern die Akzentuierung von Unterschieden, insbesondere die Tatsache, dass eine Information hier eher als Ausgangspunkt für eine Debatte oder Analyse und nicht als Hauptzweck behandelt wurde. Jedem Nachrichtenartikel auf der Homepage von *Le Monde* sind Links zu Meinungsseiten, Foren, Interviews und Dossiers beigelegt. An anderer Stelle kann man sogar weitergeleitet werden zu Protokollen und Audio- oder Videomitschnitten wissenschaftlicher Konferenzen (sowohl in englischer als auch in französischer Sprache), die an der *École normale supérieure* stattgefunden haben.

Inwieweit kann das Festhalten von *Le Monde* an einem typisch französischen Journalismus der Ideen und der Debatte zumindest teilweise mit der gestaltenden Kraft der kulturellen Tradition innerhalb des journalistischen Feldes in Frankreich erklärt werden? Diese Frage lässt sich auch allgemeiner formulieren über ein Phänomen, das bisweilen als ›kulturelle Trägheit‹ bezeichnet wird: Unter welchen Bedingungen erweisen sich halb autonome Logiken nationaler Felder als mehr oder weniger stark, um sich externen Homogenisierungszwängen zu widersetzen?

Ein zweites Beispiel, an dem die Effekte von Feldabweichungen untersucht werden könnten, ist das interne organisatorische Gefüge (BENSON 2004; vgl. SCHUDSON 1994; SWARTZ 1997: 215 - 217). In Bourdieus Feldern kämpfen Nachrichtenorganisationen heftig um Exklusivinformationen und Ansehen. Ganz ähnlich geht Sparrow davon aus, dass sich die (risikoscheuen) Medienangebote gegenseitig sehr genau beobachten, um sich besser nachahmen zu können. In diesen beiden Welten scheinen

Journalisten und Medienorganisationen immer bis an die Grenzen ihrer Möglichkeiten zu gehen, und tatsächlich sind viele von ihnen wohl auch dort angelangt. Aber sicher ist es möglich, dass der Wettbewerb und andere Formen des gegenseitigen Ausspähsens mehr oder weniger intensiv betrieben werden und mehr oder weniger essenziell für das Funktionieren des Feldes sind. So gibt es beispielsweise immer mehr Belege (ESSER 1999; BENSON/HALLIN 2005; BENSON/SAGUY 2005) dafür, dass das organisatorische Gefüge eines nationalen journalistischen Feldes Einfluss darauf hat, wie skandalorientiert oder sensationalistisch die politische Nachrichtenberichterstattung ist.

Sparrow postuliert, dass ein Mangel an Institutionalisierung – Unsicherheit – homogene Praktiken erzeugt. Um diese Hypothese voranzutreiben, müssten wir nun fragen, wie man den Betrag der Unsicherheit misst, der dem Institutionalisierungsgrad geschuldet ist. Weisen besonders unsichere und dynamische Felder (Sparrow verbindet Unsicherheit allem Anschein nach mit Wandel, so etwa in seiner Auseinandersetzung mit der rapiden Veränderung des journalistischen Feldes in den USA) auch besonders homogene Praktiken auf? Hat andersherum Institutionalisierung deshalb paradoxerweise eine größere Vielfalt zur Folge?

In *On Television* machte Bourdieu (1998a) deutlich, wie die Privatisierung eines einzelnen nationalen Fernsehsenders (TF1) den gesamten französischen Journalismus veränderte. Doch wie konnte das geschehen? Das organisatorische Gefüge liefert dafür eine entscheidende Erklärung. Zur Zeit seiner Privatisierung erzielten die Nachrichten auf TF1 landesweit einen Marktanteil von 40 Prozent und standen mit keinem Kabel- oder Lokalsender in Konkurrenz. In den Vereinigten Staaten verteilen sich die Zuschauer von Fernsehnachrichten auf vier große Stationen und mehrere Kabelkanäle sowie beinahe 2.000 Lokalsender, sodass kein einzelner kommerzieller TV-Sender eine ähnliche Reichweite oder einen vergleichbaren Einfluss geltend machen kann. Was in der Theorie abgebildet werden muss, ist der Grad der Zentralisierung oder Fragmentierung, der den Wettbewerb innerhalb des journalistischen Feldes organisiert. Es war nicht nur die Kommerzialisierung, sondern es war die Kommerzialisierung in einem hoch zentralisierten journalistischen Feld, die es TF1 ermöglichte, die gesamte französische Medienlandschaft neu zu formieren.

Der Grad der Zentralisierung oder Konzentration mag sich jedoch im Lauf der Zeit aufgrund politischer, ökonomischer oder technologischer Schocks ändern. Zwar äußerte ich zuvor eine gewisse Skepsis gegenüber

der revolutionären Wirkung von Blogs, doch kann das Internet tatsächlich insofern einen Einfluss haben, als es dazu dient, den Wettbewerb innerhalb des journalistischen Feldes in den USA (oder sogar eines im Entstehen begriffenen globalen journalistischen Feldes) neu auszurichten. Indem Beschränkungen von Zeit und Raum aufgehoben werden und verschiedene Medientypen gleichermaßen und überall mittels eines einzigen Mediums zugänglich sind, zentralisiert das Internet gewissermaßen einst fragmentierte Medienfelder. Paradoxe Weise könnte diese von US-Amerikanern vorangetriebene Technologie deshalb eher eine europäisierende Wirkung auf dem Weg zur globalen journalistischen Konvergenz entfalten – und nicht eine amerikanisierende, wie Hallin und Mancini (2004) meinen. Barnhurst und Nerone (2001: 294) haben beobachtet, dass Online-Medien lokale Nachrichtenmonopole niederreißen, welche vormals entscheidend zur Etablierung des unparteiischen Stils in den US-Medien beigetragen haben (weil die einzige Zeitung in der Stadt Leser über die Parteigrenzen hinweg erreichen musste). Da Zeitungsleser nun den Web-Auftritt von *The Guardian* aus London genauso leicht erreichen können wie den ihrer Heimatzeitung (und diese Möglichkeit auch zunehmend nutzen), ist die Möglichkeit vorhanden, dass zumindest auf globaler Ebene ein Marktplatz für Nachrichten und Meinungen entsteht, wobei Letztere vor allem dazu dienen, ein Medienangebot von einem anderen zu unterscheiden.

Kurz gesagt: Anstatt von den Nachrichten im Allgemeinen zu sprechen und sich dabei nur auf Material aus einem einzigen Land zu stützen, sollten Untersuchungen auf der Basis von Feldtheorie und Neo-Institutionalismus die weltweit vorhandene Vielfalt journalistischer Themenschwerpunkte, narrativer Stile und grafischer Formate deutlich machen – und dann auch erklären. Ein derartiges Vorhaben verlangt von den Forschern noch viel feinere Analysen journalistischer Inhalte und Darstellungsformen als bisher (exemplarisch ENTMAN 1991; HALLIN 1994; LAWRENCE 2000; BARNHURST/NERONE 2001). Mittels einer Reihe von ›Landkarten‹, auf denen die Strukturen bzw. Diskurse nationaler journalistischer Felder abgebildet sind, könnte man demzufolge in Erfahrung bringen, was wirklich ausschlaggebend ist – staatliche und Marktkräfte in Interaktion mit dem journalistischen Feld –, und genau zeigen, wie sich die (unterschiedliche) Beschaffenheit dieser Strukturen auf die Produktion verschiedener nationaler Konzeptionen von Nachrichten auswirkt.

Solche Ländervergleiche könnten die Frage beantworten, bis zu welchem Grad das journalistische Feld selbst die Beschaffenheit von Nachrich-

ten erklärt. Kaplan (2002), Hallin und Mancini (2004) sowie Darras (2005) haben alle die ultimativ strukturierende Macht politischer Institutionen und Kultur betont. Wenngleich ihre Argumente überzeugend klingen, darf bezweifelt werden, dass die Dimension Politik eine vollständige Erklärung liefert. Selbst wenn die Charakteristika des journalistischen Feldes (Struktur der sozialen Klasse, geschichtliche Entwicklung und fortwährende Berufstraditionen, organisatorisches Gefüge) nur einen geringen Teil der Gestalt von Nachrichten erklären, ist das schon eine wichtige Nuance.

6. Fazit

Der Beitrag stellte einige Überlegungen zum Vergleich von Bourdieus Feldtheorie und dem Neo-Institutionalismus von Sparrow und Cook an. Diese breit gefassten Ansätze sind eng miteinander verbunden, weil sie beide richtigerweise eine neue Analyseeinheit in der Medienforschung fordern, die zwischen einer individuellen Nachrichtenorganisation und der Gesellschaft als Ganzem angesiedelt ist, also auf dem mittleren Level der interorganisatorischen und beruflichen Umgebung eines Feldes oder einer Institution.

Bourdies Augenmerk auf den Wettbewerb und den Unterschied, der in den Prozessen kultureller und ökonomischer Klassendistinktion sowohl beim Publikum als auch beim Erzeuger kultureller Produkte begründet liegt, stützt eher den Homogenitätsfokus des Neo-Institutionalismus, als ihm zu widersprechen. Die stärkere Bezugnahme des Neo-Institutionalismus auf den Staat als einen halb autonomen Einflussfaktor zur Erklärung der Beschaffenheit des journalistischen Feldes hilft andererseits, eine entscheidende Lücke in Bourdieus Modell zu schließen. Gleichwohl bleibt Bourdieus Annahme einer beruflichen oder intellektuellen (wenngleich begrenzten) Autonomie der Journalisten als Kollektiv, die in den Ansätzen des Neo-Institutionalismus verschwindet, ein essenzielles Element jeder sorgfältigen Medienanalyse.

Ich schlage deshalb vor, beide Ansätze in eine neue Raumkonzeption des journalistischen Feldes zu integrieren. Zwischen den beiden Polen des Staates – der eine stellt die Macht des Marktes dar, der andere die nicht den Gesetzen des Marktes folgende (und vielleicht sogar gegen den Markt gerichtete) öffentliche Macht – spielt die journalistische Professionalität eine Vermittlerrolle. Vergleichende Forschung wird dabei helfen, das Modell zu verbessern und aufzeigen, wie unterschiedliche Eigenschaften von

Feldern oder Institutionen – vor allem die ›kulturelle Trägheit‹ beruflicher Traditionen und das organisatorische bzw. räumliche Gefüge des Wettbewerbs – für die Charakteristika nationaler und sogar global entstehender Formen der journalistischen Praxis mitverantwortlich sind.

Literatur

- BAKER, C. EDWARD: *Media, Markets, and Democracy*. Cambridge, UK 2002
- BARNHURST, KEVIN G.; NERONE, JOHN: *The Form of News: A History*. New York 2001
- BENSON, RODNEY: Field Theory in Comparative Context: A New Paradigm for Media Studies. In: *Theory and Society*, 28, 1999, S. 463-498
- BENSON, RODNEY: Bringing the Sociology of Media Back in. In: *Political Communication*, 21, 2004, S. 275-292
- BENSON, RODNEY: Mapping Field Variation: Journalism in France and the United States. In: BENSON, RODNEY; NEVEU, ERIK (Hrsg.): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK 2005, S. 85-112
- BENSON, RODNEY; HALLIN, DANIEL C.: *How States, Markets and Globalization Shape the News: The French and American National Press, 1965-1997*. ICA Conference Paper. New York 2005
- BENSON, RODNEY; NEVEU, ERIK: Introduction: Field Theory as a Work in Progress. In: BENSON, RODNEY; NEVEU, ERIK (Hrsg.): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK 2005, S. 1-25
- BENSON, RODNEY; SAGUY, ABIGAIL C.: Constructing Social Problems in an Age of Globalization: A French-American Comparison. In: *American Sociological Review*, 70, 2005, S. 233-259
- BOURDIEU, PIERRE: *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, MA 1984
- BOURDIEU, PIERRE: *Homo Academicus*. Cambridge, UK 1988
- BOURDIEU, PIERRE: *The Field of Cultural Production*. Cambridge, UK 1993
- BOURDIEU, PIERRE: *The Rules of Art*. Cambridge, UK 1996
- BOURDIEU, PIERRE: *On Television*. New York 1998a
- BOURDIEU, PIERRE: Social Space and Symbolic Space. In: ders.: *Practical Reason*. Cambridge, UK 1998b, S. 1-13
- BOURDIEU, PIERRE: The Political Field, the Social Science Field, and the Journalistic Field. In: BENSON, RODNEY; NEVEU, ERIK (Hrsg.): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK 2005, S. 29-47

- BOURDIEU, PIERRE; WACQUANT, LOÏC: *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago 1992
- BRUBAKER, ROGERS: Rethinking Classical Theory: The Sociological Vision of Pierre Bourdieu. In: *Theory and Society*, 14, 1985, S. 723 - 744
- COOK, TIMOTHY E.: *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago 1998
- COULDRY, NICK: Media Meta-Capital: Extending the range of Bourdieu's field theory. In: *Theory and Society*, 32, 2003, S. 653 - 677
- DARRAS, ERIC: Media Consecration of the Political Order. In: BENSON, RODNEY; NEVEU, ERIK (Hrsg.): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK 2005, S. 156 - 173
- DIMAGGIO, PAUL J.: Structural Analysis of Organizational Fields. In: *Research in Organizational Behavior*, 8, 1986, S. 335 - 370
- DIMAGGIO, PAUL J.; POWELL, WALTER W.: Introduction. In: POWELL, WALTER W.; DIMAGGIO, PAUL J. (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago 1991, S. 1 - 38
- DOWNIE, LEONARD JR.; KAISER, ROBERT G.: *The News about the News: American Journalism in Peril*. New York 2003
- DUVAL, JULIEN: Economic Journalism in France. In: BENSON, RODNEY; NEVEU, ERIK (Hrsg.): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK 2005, S. 135 - 155
- ENTMAN, ROBERT M.: Framing U. s. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents. In: *Journal of Communication*, 41, 1991, S. 6 - 27
- ESSER, FRANK: >Tabloidization< of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. In: *European Journal of Communication*, 14, 1999, S. 291 - 324
- FALLOWS, JAMES: *Breaking the news: How the Media Undermine American Democracy*. New York 1997
- FLIGSTEIN, NEIL: *The Transformation of Corporate Control*. Cambridge, MA 1990
- FRIEDLAND, ROGER; ALFORD, ROBERT R.: Bringing Society Back in: Symbols, Practices, and Institutional Contradictions. In: POWELL, WALTER W.; DIMAGGIO, PAUL D. (Hrsg.): *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago 1991, S. 232 - 263
- HALLIN, DANIEL C.: *We Keep America on Top of the World: Television Journalism and the Public Sphere*. London 1994

- HALLIN, DANIEL C.: Commercialism and Professionalism in the American News Media. In: CURRAN, JAMES; GUREVITCH, MICHAEL (Hrsg.): *Mass Media and Society*. London 1996, S. 243-262
- HALLIN, DANIEL C.; MANCINI, PAOLO: *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, UK 2004
- HARVEY, DAVID: *The Condition of Postmodernity*. Oxford, UK 1989
- KAPLAN, RICHARD L.: *Politics and the American Press: The Rise of Objectivity, 1865-1920*. Cambridge, UK 2002
- KOVACH, BILL; ROSENSTIEL, TOM: *The Elements of Journalism*. New York 2001
- KUHN, RAYMOND: *The Media in France*. London 1995
- LAWRENCE, REGINA G.: *The Politics of Force: Media and the Construction of Police Brutality*. Berkeley, CA 2000
- MARTIN, JOHN LEVI: What is Field Theory? In: *American Journal of Sociology*, 109, 2003, S. 1-49
- MCCHESNEY, ROBERT W.; NICHOLS, JOHN: *Our Media, not theirs: The Democratic Struggle against Corporate Media*. New York 2002
- MOHR, JOHN W.: Introduction: Structures, Institutions, and Cultural Analysis. In: *Poetics*, 27, 2000, S. 57-68
- PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM: *The State of the News Media 2005*
- RYFE, DAVID MICHAEL: The Nature of News Rules. In: *Political Communication*, 23, 2006, S. 203-214
- SASSEN, SASKIA: *Globalization and its Discontents*. New York 1998
- SCHUDSON, MICHAEL: The ›Public Sphere‹ and its Problems: Bringing the State (back) in. In: *Notre Dame Journal of Law, Ethics and Public Policy*, 8, 1994, S. 529-546
- SCHUDSON, MICHAEL: Autonomy from what? In: BENSON, RODNEY; NEVEU, ERIK (Hrsg.): *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK 2005, S. 214-223
- SPARROW, BARTHOLOMEW H.: *Uncertain Guardians: The News Media as a Political Institution*. Baltimore 1999
- STARR, PAUL: *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*. New York 2004
- SWARTZ, DAVID: *Culture and Power: The sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago 1997
- THELEN, KATHLEEN; STEINMO, SVEN: Historical Institutionalism in Comparative Politics. In: THELEN, KATHLEEN; LONGSTRETH, FRANK; STEINMO, SVEN (Hrsg.): *Structuring Politics: Historical Institutionalism in Comparative Analysis*. Cambridge, UK 1992, S. 1-32

- THOMPSON, JOHN B.: Introduction. In: BOURDIEU, PIERRE: *Language and Symbolic Power*. Cambridge, MA 1991, S. 1-31
- TUROW, JOSEPH: *Breaking up America: Advertisers and the New Media World*. Chicago 1997
- ZELLER, TOM JR.: A Blog Revolution? Get a Grip. In: *New York Times, Sunday Business* vom 8. Mai 2005, S. 1