

Zur Methodenausbildung in kommunikationswissenschaftlichen Bachelor- und Masterstudiengängen

Empfehlungen einer Kommission im Auftrag der Fachgruppe Methoden der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Jörg Matthes · Christoph Kuhlmann · Volker Gehrau · Olaf Jandura · Wiebke Möhring · Jens Vogelgesang · Carsten Wunsch

1 Einführung

Für forschungsorientierte Disziplinen ist die Sicherheit im Umgang mit den Methoden eine unverzichtbare Voraussetzung für die Generierung wissenschaftlicher Erkenntnisse. Auch für die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (im Folgenden kurz Kommunikationswissenschaft bezeichnet) – als „eine theoretisch und empirisch arbeitende Sozialwissenschaft mit interdisziplinären Bezügen“ (DGPK 2001, S. 7; vgl. auch

Online publiziert: 04.11.2011

© VS Verlag für Sozialwissenschaften 2011

Die Redaktion dokumentiert diese Empfehlungen, ohne inhaltlich und stilistisch in den Text einzugreifen

Prof. Dr. J. Matthes (✉)

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft,
Universität Wien, Berggasse 11, 1090 Wien, Österreich
E-Mail: joerg.matthes@univie.ac.at

Dr. C. Kuhlmann

Technische Universität Ilmenau, Ilmenau, Deutschland

Prof. Dr. V. Gehrau

Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Münster, Deutschland

Dr. O. Jandura

Ludwig Maximilians-Universität München, München, Deutschland

Prof. Dr. W. Möhring

FH Hannover, Hannover, Deutschland

J. Vogelgesang, M. A.

Universität Hohenheim, Hohenheim, Deutschland

Jun.-Prof. Dr. C. Wunsch

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Düsseldorf, Deutschland

Brosius 2000) – gilt grundsätzlich die Notwendigkeit einer fundierten Methodenlehre mittlerweile als unbestritten (DGPuK 2004; Meyen et al. 2011; Schönhagen und Trebbe 2005; Wirth 2000, 2003). Auf der einen Seite zeigen Absolventenstudien, dass Methodenkenntnisse eine hohe Berufsrelevanz haben und vom Arbeitsmarkt beständig gefordert werden (vgl. Marr 2007; Reinemann et al. 2004; siehe auch Meyen et al. 2011). Zum anderen bestätigen Befragungen des wissenschaftlichen Nachwuchses den hohen Stellenwert von Methoden für die tagtägliche Arbeit an den Instituten (vgl. Wirth et al. 2005). Gemäß einer Analyse von Abschlussarbeiten im Fach (vgl. Schweiger et al. 2009) wendet die deutliche Mehrheit (86 %) der kommunikationswissenschaftlichen Absolventinnen und Absolventen sozialwissenschaftliche Methoden an, so dass „die Kommunikationswissenschaft auch in der studentischen Ausbildung eine empirisch arbeitende Sozialwissenschaft mit einer leichten Dominanz quantitativer Methoden ist und dass sich daran in den vergangenen zehn Jahren nichts geändert hat“ (Schweiger et al. 2009, S. 547; vgl. auch Brosius 2003; Meyen et al. 2011; Ruhrmann et al. 2000; Schulz 2006; Wirth 2000). Schließlich legt auch die Gründung einer Fachzeitschrift speziell für qualitative und quantitative Methoden, *Communication Methods & Measures*, Zeugnis für den hohen Stellenwert von Methoden in unserem Fach ab (vgl. Roskos-Ewoldson et al. 2007).

Ein Katalog methodischer Lehrinhalte, der die wesentlichen Elemente für eine fundierte kommunikationswissenschaftliche Ausbildung zusammenfasst, ist damit von großer Bedeutung für unser Fach. Auch die Einschätzungen und Empfehlungen zur Notwendigkeit einer kanonisierten Methodenlehre anderer sozialwissenschaftlicher Fächer gehen in diese Richtung (für die Soziologie vgl. Engel 2002; Hinz 2005; Schnell 2002; Meulemann 2002; für die Politikwissenschaft vgl. Schnapp et al. 2004). Nicht ohne Grund hat die DGPuK im Jahr 2004 umfassende Empfehlungen für die kommunikationswissenschaftliche Methodenlehre erarbeitet, verabschiedet und als Broschüre den Mitgliedern zugänglich gemacht. In diesem Papier stellt die DGPuK fest, dass die Ausbildung des akademischen Nachwuchses in Methoden von zentraler Bedeutung ist, und zwar „nicht nur für die kompetente Forschungsarbeit, sondern auch für die Tradierung der methodischen Erkenntnisse des Fachs von einer Wissenschaftsgeneration zur nächsten, letztlich also für die Statussicherung der Disziplin und die Weiterentwicklung des Fachs“ (DGPuK 2004, S. 6). Allerdings beruhen die damals erarbeiteten Empfehlungen auf den alten Magister- oder Diplomstudiengängen und werden somit den jüngsten strukturellen Veränderungen bei der Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen im gesamten deutschsprachigen Raum nicht vollumfänglich gerecht. Folgerichtig hat die DGPuK-Fachgruppe „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ in Absprache mit dem DGPuK Vorstand eine Kommission – bestehend aus den Autoren dieses Aufsatzes – gebildet, die die bereits erarbeiteten Empfehlungen auf die neuen Studiengänge hin geprüft, kritisch redigiert, neu formuliert sowie den Status Quo der Methodenausbildung an kommunikationswissenschaftlichen Standorten erfasst und systematisiert hat.

Diese Arbeit wird im vorliegenden Papier vorgestellt. Dabei gehen wir wie folgt vor: Zunächst beschreiben wir die Empfehlungen der DGPuK für den Methodenkanon der Magister- und Diplomstudiengänge (vgl. DGPuK 2004). Anschließend diskutieren wir, wie sich die so formulierten Empfehlungen auf die neuen BA/MA-Studiengänge über-

tragen lassen.¹ In einem dritten Schritt erheben wir mittels einer umfassenden Analyse von Lehrveranstaltungen an (sozialwissenschaftlich geprägten) kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen aus dem Jahr 2010, inwieweit die Studiengänge im deutschsprachigen Raum den aktuellen Empfehlungen gerecht werden. Schließlich diskutieren wir die Befunde für die Leistungsfähigkeit unseres Faches.

Wir möchten voranschicken, dass unsere Empfehlungen nicht aus einer Status-Quo-Erhebung abgeleitet werden sollen, da der *Ist-Zustand* kein Maßstab für den *Soll-Zustand* sein kann und die Empfehlungen zur Gestaltung des Methodenkanons auf fachbezogenen Überlegungen basieren und nicht aus rein pragmatischen Kriterien gespeist werden dürfen. Die Empfehlungen werden ausschließlich für die sozialwissenschaftlich orientierten Studiengänge formuliert.

2 Empfehlungen der DGPUK zur Gestaltung der Magister- und Diplomstudiengänge

Die Empfehlungen aus dem Jahr 2004 basieren auf der Arbeit einer von der Fachgruppe Methoden der DGPUK initiierten und von Werner Wirth geleiteten Kommission zur Evaluation kommunikationswissenschaftlicher Studiengänge, die im Jahr 2001 einberufen wurde (vgl. DGPUK 2004; Wirth 2003; Wirth und Baumann 2003).² Darin werden für das Grundstudium Vorlesungen, Seminare oder Übungen zu den Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung, zu Statistik I, zur Konzeption und Anwendung von Befragungen, zur Konzeption und Anwendung von Inhaltsanalysen, zur Konzeption und Anwendung von (quasi-)experimentellen Forschungsdesigns, zur Konzeption und Anwendungen qualitativer Verfahren sowie zur Datenanalyse I vorgeschlagen. Im Hauptstudium werden dann Veranstaltungen zur Statistik II/Datenanalyse II, zu speziellen oder fortgeschrittenen Verfahren der qualitativen oder quantitativen Datenerhebung sowie zu Forschungs- und Projektarbeiten empfohlen. Diese Empfehlungen wurden als Zielstellungen „einer fundierten fachspezifischen kommunikationswissenschaftlichen

1 Die Empfehlungen der Kommission wurden von 2008 bis 2010 erarbeitet und erstmalig 2010 auf der Fachgruppentagung vorgestellt. Anschließend wurden die Empfehlungen in verkürzter Form allen Fachgruppenmitgliedern zugänglich gemacht. Die erhaltenen Anmerkungen wurden diskutiert und eingearbeitet. Dieses überarbeitete Papier ging erneut an die gesamte Fachgruppe mit der Bitte um Feedback, Kritik und Ergänzungen. Zudem wurde das Papier an ausgewählte Vertreter qualitativer Forschung gesendet, ebenfalls mit der Bitte um Ergänzungen und Kritik. Da seitens der Mitglieder und der qualitativen Kollegen kein weiteres Feedback einging, wurde das Papier in der hier dargestellten Form auf der Fachgruppentagung 2011 vorgestellt und einstimmig in der Fachgruppensitzung verabschiedet.

2 In der Kommission waren Eva Baumann, Gregor Daschmann, Nicola Döring, Andreas Fahr, Volker Gehrau, Edmund Lauf, Wiebke Loosen, Patrick Rössler, Armin Scholl, Wolfgang Schweiger, Joachim Trebbe, Hans-Jürgen Weiß, Werner Wirth, Jens Woelke und Carsten Wünsch tätig. Das Papier wurde auf den DGPUK Jahrestagungen in Dresden (2002) und Erfurt (2004) vorgestellt und diskutiert. Zudem wurde das Papier von 11 Fachpersönlichkeiten begutachtet. Die Tätigkeit der Kommission umfasste auch eine umfassende Erhebung der Methodenausbildung an kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen. In den Empfehlungen der DGPUK (2004) sind diese jedoch nicht dargestellt und wurden auch nicht andernorts publiziert.

Methodenlehre“ (DGPUK 2004, S. 8) formuliert und auch bereits mit Blick auf die BA/MA-Studiengänge ausgearbeitet. Jedoch räumt die DGPUK ein, dass „dieser anspruchsvolle Katalog nur von wenigen Instituten im vollen Umfang abgedeckt“ wird und „meist nur ansatzweise realisiert werden“ (S. 8) kann. Daher hat die Fachgesellschaft spezielle Teillösungen vorgeschlagen, die für unterschiedliche Zwecke und Ressourcen an den Standorten ausreichend sind. Dies sind das Standardmodell, das Profilierungsmodell und das Basismodell.

2.1 Standardmodell

Das Standardmodell „beschreibt den für allgemeine Vollstudiengänge der Kommunikationswissenschaft erforderlichen Lehrumfang, den zu erreichen im Interesse jedes Instituts liegen sollte“ (DGPUK 2004, S. 8). Im Grund- und Hauptstudium sollten nach diesem Modell Veranstaltungen zu folgenden Lehrinhalten gewährleistet sein: Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung (2 Semesterwochenstunden, kurz: SWS), Statistik I (2 SWS), Datenanalyse I (2 SWS), Konzeption und Anwendung von Befragungen (2 SWS), Konzeption und Anwendung von Inhaltsanalysen (2 SWS), Konzeption und Anwendung qualitativer Verfahren (2 SWS). Neben diesen unverzichtbaren Pflichtinhalten sollten zumindest zwei weitere Veranstaltungen aus dem folgenden Kanon regelmäßig angeboten werden: Konzeption und Anwendung von (quasi-)experimentellen Forschungsdesigns (2 SWS), Statistik II/Datenanalyse II (2 SWS), spezielle und/oder fortgeschrittene Verfahren der Datenerhebung und/oder -auswertung (je 2 SWS) sowie Projekt- oder Werkstattseminare (je 2 SWS). Das Standardmodell ist mit einer starken Fokussierung auf qualitative Methoden kompatibel (DGPUK 2004, S. 9).

2.2 Profilierungsmodell

Das Profilierungsmodell „beschreibt die Eckpunkte der Methodenlehre für solche Institute, die sich mit dem Schwerpunkt ‚Empirische Methodenlehre‘ profilieren wollen“ (DGPUK 2004, S. 8). Dieses Modell wird für forschungsorientierte Studiengänge als geeignet erachtet und umfasst neben den im Standardmodell beschriebenen Pflichtinhalten zumindest vier weitere Veranstaltungen, die aus dem folgenden Kanon angeboten werden: Konzeption und Anwendung von (quasi-)experimentellen Forschungsdesigns (2 SWS), Statistik/Datenanalyse II (2 SWS), spezielle und/oder fortgeschrittene Verfahren der Datenerhebung und/oder -auswertung (je 2 SWS) sowie Projekt- oder Werkstattseminare (je 2 SWS). Die Ausgestaltung dieser vier Veranstaltungen ist selbstredend abhängig von der methodischen und inhaltlichen Schwerpunktsetzung der jeweiligen Institute (qualitativ und/oder quantitativ). Diese Schwerpunktsetzung macht gleichzeitig die Profilierung eines Standortes aus. So ist auch eine Konzentration auf qualitative Methoden oder Methoden der Markt- und Meinungsforschung möglich.

2.3 Basismodell

Das Basismodell „enthält Bausteine der Methodenlehre, die nach Ansicht der DGPUK auch für solche Studiengänge unverzichtbar sind, die nur zum Teil eine kommunika-

tionswissenschaftliche Ausbildung vorsehen“ (DGPUK 2004, S. 8). Es kann aber „nicht den Anforderungen für allgemeine kommunikationswissenschaftliche Vollstudiengänge genügen“, da „es bereits klar unter dem Mindestmaß der erforderlichen Methodenlehre“ liegt (S. 11). Es umfasst folgende Veranstaltungen: Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung (2 SWS), Einführung in die Statistik/Datenanalyse (2 SWS), Konzeption und Anwendung von Befragungen (2 SWS) sowie Konzeption und Anwendung von Inhaltsanalysen (2 SWS).

Es ist zu betonen, dass die Titel der genannten Lehrveranstaltungen sowie die Aufteilung der Lehrinhalte auf einzelne Veranstaltungen lediglich als Vorschläge zu verstehen sind (vgl. DGPUK 2004). Die Inhalte der Veranstaltungen können zu anderen Veranstaltungen kombiniert oder in mehrere einzelne aufgespalten werden. Die DGPUK befürwortet jedoch nicht das Auslagern der Methodenlehre auf andere Sozialwissenschaften (mit Ausnahme der Allgemeinen Statistik/Einführung), da dies den fachspezifischen Anforderungen nur unzureichend gerecht wird (z. B. die angemessene Berücksichtigung der qualitativen und/oder quantitativen Inhaltsanalyse) und einschlägige Beispiele aus kommunikationswissenschaftlicher Forschung unberücksichtigt bleiben.

3 Empfehlungen für Bachelor- und Masterstudiengänge

Obwohl in den Empfehlungen der DGPUK (2004) auch Bachelor- und Masterstudiengänge berührt und angesprochen werden, basieren die oben dargestellten Modelle stark auf der Konzeption von Magister- und Diplomstudiengängen, die der deutlichen Trennung von Bachelor- und Masterphase nicht vollumfänglich gerecht werden. Die Anforderungen an die Methodenlehre sind zwar bei den neuen Studiengängen nicht vollkommen anders, jedoch sind sie gerade bei der Bachelorausbildung neu zu überdenken, da der Bachelor bereits für den Berufseinstieg befähigt und damit andere Herausforderungen mit sich bringt als die alten Vollstudienzeitmodelle.

Die DGPUK (2004) betont jedoch, dass „die Umgestaltung der kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge nicht zu Lasten der Methodenlehre gehen“ (S. 13) darf. Auch grundsätzlich ändern die BA/MA-Studiengänge nichts an der Notwendigkeit eines einheitlichen Methodenkanons im Fach. So meint auch Rössler (2003) mit Blick auf die bereits gesammelten Erfahrungen bei der Einführung der neuen Studienmodelle, „dass beim Wechsel zwischen BA- und MA-Studiengängen gerade eine verlässliche und fundierte Methodenausbildung vorliegen muss, um den Anforderungen der doch eher kurzen MA-Phase und der dort anzufertigenden Abschlussarbeit gerecht zu werden“ (Rössler 2003, S. 6). Zudem weist die DGPUK (2004) darauf hin, dass eine Standardisierung der Methodenlehre Anerkennungsfragen beim Studienortwechsel deutlich erleichtert und auch aus diesem Grund unabdinglich ist (S. 13).

Im Folgenden werden unsere angepassten bzw. neu erarbeiteten Empfehlungen getrennt für den Bachelor und den Master beschrieben. Sie beziehen sich *ausschließlich auf sozialwissenschaftlich orientierte Studiengänge*. Ein Bachelor-Studiengang umfasst eine Regelstudienzeit von zumeist sechs Semestern, der sich daran anschließende vertiefende wissenschaftliche Master-Studiengang hat eine Mindeststudiendauer von zumeist vier Semestern. Nach dem *European Credit Transfer System* (ECTS) sind im Schnitt 30

Leistungspunkte (oder Credit points, CP oder LP) pro Semester zu erwerben (inklusive Nebenfächer). Dies ergibt bei einem Bachelor-Studium von sechs Semestern 180 CP. Ein CP entspricht einer Arbeitsbelastung von 30 Stunden. Unsere Empfehlungen orientieren sich an Vollstudiengängen. Es erscheint unmöglich, gesonderte Empfehlungen jeweils für 30, 60, 90, 120 oder 180 CP-Studiengänge zu formulieren. Jedoch erlauben die hier formulierten Empfehlungen Aussagen über den relativen Anteil der Methodenlehre bei kleineren Studiengängen (gemessen an den Empfehlungen für 180 CP).

Die hier neu erarbeiteten Empfehlungen für die Bachelor- und Masterstudiengänge orientieren sich an den bereits erarbeiteten Richtlinien für Magister- und Diplomstudiengänge (vgl. DGPK 2004). Im Gegensatz zur alten Empfehlung *werden im Folgenden keine Veranstaltungen mit Semesterwochenstunden benannt, sondern es wird die Darstellung anhand von CP gegliedert*. Dies ist der Struktur der BA- und MA-Studiengänge geschuldet. Wie die Teilgebiete in den Studienplänen zu Modulen kombiniert werden, kann nicht vorgeschrieben werden. *Es werden damit keine Veranstaltungstypen – also konkrete Seminare oder Vorlesungen – benannt, sondern lediglich Arbeitsstunden, die von den Studierenden geleistet werden müssen und sich aus verschiedenen Vorlesungen, Seminaren oder Übungen speisen können*. Dies ist notwendig, da bei BA/MA-Studiengängen für einzelne Veranstaltungen unterschiedliche CPs verteilt werden können (beispielsweise können für ein Seminar 4 CP, für ein Forschungsseminar 8 CP vergeben werden). Oder es werden Methodenveranstaltungen angeboten, die sowohl qualitative und/oder quantitative Inhaltsanalyse als auch qualitative und/oder quantitative Befragung umfassen. *Wir wollen aber nicht allein Mindestanzahlen an CPs benennen, sondern auch Inhalte, die in kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen (je nach Modell) erbracht werden sollen*. Die Beschränkung auf Mindestzahlen wäre für einen Methodenkanon des Faches nicht angemessen.

Da wir demnach keine konkreten Veranstaltungen benennen, sondern nur CP, die sich verschiedenartig verteilen können, beschreiben wir im Folgenden kurz die wichtigsten Themengebiete und empfehlen die dazugehörigen Rahmeninhalte, aus denen sich die Veranstaltungen je nach Schwerpunktsetzung speisen können. Die Veranstaltungen können auch anders benannt sein oder einzelne Schwerpunkte stärker bzw. schwächer gewichten. Eine explizite Schwerpunktsetzung auf qualitative oder quantitative Methoden sowie eine Integration beider Herangehensweisen ist ebenfalls möglich.

- *Grundlagen der empirischen Sozialforschung*. Wissenschaftstheoretische Grundlagen und theoretische Herangehensweisen qualitativer und quantitativer Forschung; Wissenschaftsverständnis qualitativer und quantitativer Forschung; Arten wissenschaftlicher Aussagen und Schlussverfahren; Formulieren von Forschungsfragen, Hypothesenbildung und dimensionale Analyse; Arten von Variablen und ihrer Beziehungen; Messen und Skalen; Organisation empirischer Forschung; Gütekriterien qualitativer und quantitativer Forschung; Überblick über Stichprobenverfahren qualitativer und quantitativer Forschung.
- *Qualitative und/oder quantitative Befragung*. Theoretische Grundlagen; Formen wissenschaftlicher Befragungen in der qualitativen und/oder quantitativen Forschung; Aufbau und Ablauf nicht-standardisierter und/oder standardisierter Befragung; Einsatz und Anwendung verschiedener Fragetechniken und Befragungsmodi sowie damit

zusammenhängende methodische Herausforderungen/Problemstellungen; Besonderheiten der Stichprobenziehung in qualitativen und/oder quantitativen Befragungsstudien. Empfohlen wird die Umsetzung in einem Projekt.

- *Qualitative und/oder quantitative Inhaltsanalyse.* Theoretische Grundlagen; Varianten der qualitativen und/oder quantitativen Inhaltsanalyse verschiedener Textarten (Bildanalyse, Diskursanalyse, Dokumentenanalyse, Textanalyse); Logik inhaltsanalytischer Forschung; Stichprobenziehung bei qualitativen und/oder quantitativen Inhaltsanalysen; Bildung eines Kategoriensystems; Formen von Untersuchungseinheiten; Codebuch und Codiervorgang; Reliabilitätsbestimmung; Beispiele inhaltsanalytischer Projekte; Analyse inhaltsanalytischer Daten. Empfohlen wird die Umsetzung in einem Projekt.
- *Experiment.* Logik experimenteller Forschung (Randomisierung, Matching, Parallelisierung, qualitatives Experiment); experimentelle Versuchspläne; Manipulationslogik; Analyse experimenteller Befunde; Interpretation von Interaktionen; Validität experimenteller Designs & Störvariablen; ethische Aspekte experimenteller Forschung; Beispiele kommunikationswissenschaftlicher Experimente. Empfohlen wird die Umsetzung in einem Projekt.
- *Ausgewählte (andere) Methoden.* Zusätzliche, spezielle oder fortgeschrittene qualitative und/oder quantitative Verfahren der Datenerhebung und/oder -auswertung. Denkbar sind etwa gesonderte Veranstaltungen z. B. über Netzwerkanalyse, Mehrebenenanalyse, medienbiographische Erhebungsverfahren, Verfahren der Beobachtung (apparative und nicht-apparative), Strukturgleichungsmodelle oder Panelstudien.
- *Angewandte Kommunikationsforschung/Mediaforschung.* Ziele der Mediaforschung; Auftraggeber- und Trägerinstitutionen (Medienunternehmen, Forschungsinstitute); Medienspezifische Werbeformen/Erhebungsmethoden/Währungsdefinitionen/Währungsberechnungen (Fernsehen, Radio, Print, Kino, Internet, Außenwerbung); Logik der Zielgruppenanalysen (Typologien); Beispielstudien; Datenquellen.
- *Statistik I/Einführung in die Statistik.* Variablenlogik und Messen; Skalenniveaus; grafische Darstellungsformen von Häufigkeitsverteilungen; univariate Kenn- und Verteilungswerte; bivariate Kenn- und Verteilungswerte; Inferenzstatistik: Wahrscheinlichkeitstheorie und Wahrscheinlichkeitsverteilungen; statistische Signifikanz und Fehlerarten; Grenzwertsätze und Punkt/Intervallschätzung; Testtheorie und -logik; Lektürekompentenz.
- *Datenanalyse mit Auswertungssoftware.* Je nach Schwerpunktsetzung Einführung in SPSS, ATLAS.ti, MaxQDA, oder andere. Dateneingabe und Datenmanagement; Überführen von Beispielforschungsfragen in Analyseverfahren; Praxis der Datenanalyse, am Beispiel SPSS: deskriptive Statistik und Inferenzstatistik mit SPSS, t-Test, Korrelationsanalyse, einfache multivariate Analysen; Tabellierung und graphische Darstellung.
- *Statistik II/fortgeschrittene Statistik.* Interpretation von Forschungsberichten mit multivariaten Analysetechniken, Überführen von Beispielforschungsfragen in Analyseverfahren, Multiple (lineare) Regressionsanalyse, (mehrfaktorielle) Varianzanalyse, Kovarianzanalyse, Faktorenanalyse, Clusteranalyse, weitere multivariate Verfahren.
- *Forschungsseminar.* Anwendung qualitativer und/oder quantitativer Erhebungs- und Auswertungsmethoden in einem studentischen Forschungsprojekt.

3.1 Bachelor

In Analogie zur früheren Methodenempfehlung für die Diplom- und Magisterstudiengänge wird weiterhin zwischen einem *Basismodell* und einem *Standardmodell* unterschieden (vgl. Tab. 1). Wie auch schon bei den Empfehlungen der DGPK aus dem Jahr 2004 definiert das Basismodell einen nicht erstrebenswerten Minimalstandard, den aber kein sozialwissenschaftlich ausgerichteter Studiengang unterschreiten sollte, während das Standardmodell den Maßstab für eine gute, umfassende und anzustrebende Methodenausbildung darstellen soll. Auf die Ausweisung eines expliziten Profilierungsmodells für den BA wird im Unterschied zur früheren Empfehlung verzichtet, weil eine solche Profilierung sinnvoller im Rahmen eines konsekutiven MA erfolgen kann. Dies entspricht

Tab. 1: Empfehlung für den Workload in der BA-Methodenausbildung

Workload im Themengebiet	Credit Points <i>Basismodell</i>		Credit Points <i>Standardmodell</i>	
	Var. 1	Var. 2	Var. 1	Var. 2
Grundlagen der empirischen Sozialforschung (qualitativ und quantitativ)	4	4	4	4
Qualitative und/oder quantitative Befragung	4	2	4	4
Qualitative und/oder quantitative Inhaltsanalyse	4	2	6	4
Experiment	0	0	2	2
Ausgewählte (andere) qualitative und/oder quantitative Methoden	0	4	0	2
Angewandte Kommunikationsforschung	0	0	2	2
Statistik I	2	2	2	2
Datenanalyse	2	2	4	4
Statistik II	0	0	2	2
<i>Zwischensumme</i>	<i>16</i>	<i>16</i>	<i>26</i>	<i>26</i>
Forschungsseminar	0	0	8	8
<i>Summe</i>	<i>16</i>	<i>16</i>	<i>34</i>	<i>34</i>

Lesehilfe: Es sind keine Veranstaltungen gemeint, sondern CPs für Lehrinhalte, die durch eine oder mehrere Veranstaltungen gedeckt werden können. Beim Basismodell *mus*s beispielsweise Grundlagen Sozialforschung, qualitative und/oder quantitative Befragung, qualitative und/oder quantitative Inhaltsanalyse, Statistik 1 und Datenanalyse angeboten werden. Diese Veranstaltungen können jedoch mit Variante 2 unterschiedlich gewichtet werden, dürfen daher mit 2 CP, nicht aber mit 0 CP gelehrt werden. Das Experiment kann beim Basismodell in Variante 2 gelehrt werden, wenn die Punkte bei anderen Veranstaltungen entsprechend abgezogen werden, es muss aber nicht im Basismodell gelehrt werden. Ebenso müssen ausgewählte andere Methoden im Standardmodell nicht – können aber – gelehrt werden

auch den Empfehlungen der DGPUK aus dem Jahr 2004, da dort die Profilierung (im Profilierungsmodell) im Hauptstudium empfohlen wurde und als Forschungsschwerpunkt des jeweiligen Standortes betrachtet wurde.

Basismodell. Das Basismodell bietet ein Mindestmaß kommunikationswissenschaftlicher Methodenausbildung und umfasst 16 CP, deren Verteilung auf Module und einzelne Lehrveranstaltungen hier nicht festgelegt werden soll. Tabelle 1 zeigt eine mögliche Verteilung der Lehrinhalte auf die Themengebiete. Dargestellt wird ein empfohlener Zeitaufwand; aufgrund universitärer Rahmenordnungen kann es zu geringfügigen Abweichungen in der Punkteverteilung kommen. Wie bereits oben angeschnitten ist ein Grund dafür, dass auch bei den Bachelorstudiengängen den Standorten eine gewisse methodische Schwerpunktsetzung erlaubt sein sollte. Beispielsweise können Statistik und Datenanalyse (jeweils 2 CP) in einer Veranstaltung behandelt werden. Die in Tab. 1 aufgeführten Credit Points können also aus mehreren Veranstaltungen erbracht werden.

Ähnlich wie bei den Empfehlungen der DGPUK aus dem Jahr 2004 sollen Inhalte zu den Themengebieten der empirischen Sozialforschung, Grundlagen der Statistik und Datenanalyse sowie Kenntnisse in qualitativer und/oder quantitativer Befragung und Inhaltsanalyse obligatorisch vermittelt werden. Dabei halten wir jedoch zwei Varianten für denkbar: Einerseits eine Konzentration auf die qualitative und/oder quantitative Befragung und Inhaltsanalyse mit je 4 CP, andererseits auch eine flexiblere Variante mit je 2 CP für diese Methoden sowie weiteren 4 CP, mit denen im Studiengang bestimmte Methodenschwerpunkte gesetzt werden können. Auch weitere ähnliche Varianten sind denkbar. Dass im Basismodell kein Forschungsseminar vorgesehen ist, verdeutlicht den rudimentären und im Grunde unzureichenden Charakter der Methodenlehre in diesem Modell. Insgesamt bleibt es einzelnen Studiengängen vorbehalten, einen Schwerpunkt in qualitativen oder quantitativen Methoden zu setzen, ohne dabei die jeweils andere Seite sowie die Statistik gänzlich auszublenden.

Standardmodell. Im Standardmodell mit 34 CP kommen an Inhalten das Experiment, fortgeschrittene Statistik (Statistik II) sowie angewandte Kommunikationsforschung als obligatorische Inhalte hinzu. Außerdem werden hier für die Ausbildung in qualitativer und/oder quantitativer Inhaltsanalyse und Befragung mehr Leistungspunkte vorgesehen. Ferner wird ein mit 8 CP umfangreicher Anwendungsbereich (z. B. in Form eines Forschungsseminars) empfohlen. Auch dabei werden zwei Varianten formuliert, um die Flexibilität der Ausgestaltung zu verdeutlichen. Ausgewählte andere Methoden müssen im Standardmodell nicht, sie können aber behandelt werden, insofern aus anderen Bereichen CP abgegeben werden.

3.2 Master

Bei den Empfehlungen für die Masterstudiengänge ist zu bedenken, dass diese sehr heterogen und vielfach spezialisiert sind sowie häufig mit sehr unterschiedlich vorgebildeten Studierenden operieren müssen. Deshalb erscheint hier Flexibilität nötig, die am ehesten durch die Ausweisung von Forschungsseminaren erreichbar scheint, in deren Rahmen aufbauend auf den Vorkenntnissen der Teilnehmer fortgeschrittene Methodenkenntnisse an konkreten Forschungsprojekten vermittelt werden. Eine zusätzlich explizite Profilierung im Methodenbereich könnte sich hier insbesondere auf fortgeschrittene Statistik

Tab. 2: Empfehlung für den Workload in der MA-Methodenausbildung

Workload im Themengebiet	Credit Points <i>Basismodell</i> Anwendung	Credit Points <i>Profilierungs-</i> <i>modell</i> Anwendung und Profilierung
Methoden	–	2
Qualitative und/oder quantitative Befragung		
Qualitative und/oder quantitative Inhaltsanalyse		
Qualitatives und/oder quantitatives Experiment		
Ausgewählte (andere) qualitative und/oder quantitative Methoden		
Angewandte Kommunikationsforschung		
Qualitative und/oder quantitative Datenanalyse	–	2
Statistik II (weiterführend aus BA)	–	4
<i>Zwischensumme</i>	<i>0</i>	<i>8</i>
Qualitatives oder quantitatives Forschungsseminar	16	16
<i>Summe</i>	<i>16</i>	<i>24</i>

sowie Datenanalyse oder ausgewählte Methoden beziehen. Wie schon beim Bachelor werden daher zwei Varianten unterschieden: ein *Basismodell* und ein *Profilierungsmodell* (vgl. Tab. 2).

Basismodell. Beim Basismodell handelt es sich um die Anwendung der im BA gelernten Methoden in einem Forschungsseminar (qualitativ oder quantitativ). Damit wird deutlich, dass die Anforderungen im BA nicht unter das Basismodell fallen dürfen, da ansonsten im Master ein Forschungsseminar nicht durchführbar ist. In der Regel erfolgt in einem solchen Forschungsseminar eine empirische Erhebung, von der Konzeption, über die Stichprobenziehung und bis zur Auswertung. Die dafür vergebenen 16 CP müssen nicht in einem Semester geleistet werden; in der Regel umfasst das Master-Forschungsseminar zwei Semester. Welche Methoden in diesen Forschungsseminaren behandelt werden, bleibt den Standorten überlassen.

Profilierungsmodell. Im Profilierungsmodell erfolgt nun eine Profilierung von Methodenkenntnissen, wie sie auch 2004 in den Empfehlungen der DGPK vorgesehen war. Dies geschieht zum einen über das Sammeln von CPs zu speziellen oder fortgeschrittenen qualitativen und/oder quantitativen Verfahren der Datenerhebung und/oder -auswertung bzw. über zusätzliche Lehrinhalte zu qualitativer und/oder quantitativer Datenanalyse und Statistik. Auch hier ist es möglich, dass einzelne Lehrinhalte zu konkreten Veranstaltungen zusammenfallen. Beispielsweise kann Datenanalyse und fortgeschrittene Statistik mit einer Veranstaltung gelehrt werden, für die 6 CP vergeben werden.

Fasst man die Empfehlungen für den BA und MA zusammen, so sind mehrere Kombinationen der Methodenausbildung denkbar. Es kann im BA ein Basismodell gelehrt

werden, das im MA durch ein Profilierungsmodell ausgebaut wird. Dies entspräche dem alten Standardmodell aus den Empfehlungen aus dem Jahr 2004 (vgl. DGpuK 2004). Oder es erfolgt sowohl im BA als auch im MA eine Methodenlehre gemäß dem Basismodell, was wiederum in etwa dem alten Basismodell gleichkäme. Am elaboriertesten wäre die Methodenlehre mit Standardmodell im BA und Profilierungsmodell im MA. Dies entspräche dem alten Profilierungsmodell. Problematisch ist freilich, dass beim Wechsel eines Studienortes möglicherweise die gleichen Inhalte wiederholt werden oder dass notwendige Wissensvoraussetzungen nicht vermittelt wurden, so dass Wiederholungsveranstaltungen für einen Teil der Studierenden angeboten werden müssen.

4 Umsetzung der Modelle: Status Quo der Methodenausbildung im Jahr 2010

Wie die Methodenausbildung derzeit an den kommunikationswissenschaftlichen Standorten umgesetzt wird, war Gegenstand einer umfassenden Analyse des Lehrangebotes aus dem Jahr 2010, die in den folgenden Abschnitten beschrieben wird. Die Erfassung der Methodenausbildung in den BA- und MA-Studiengängen erfolgte anhand einer inhaltsanalytischen Dokumentenanalyse (für dieses Vorgehen vgl. Schönhagen und Trebbe 2005). Das Untersuchungsmaterial der Dokumentenanalyse umfasste *im WWW zugängliche* Studien- und Prüfungsordnungen, Modulkataloge und -beschreibungen sowie Informationen auf HTML-Seiten. Konkret erfasst wurden CP-Angaben für Lehrveranstaltungen innerhalb eines Moduls oder – wenn dies nicht möglich war – die CP-Angaben auf Modulebene. Bei der Erfassung wurde zwischen Pflicht- und Wahlveranstaltungen unterschieden (Wahlpflichtveranstaltungen wurden den Pflichtveranstaltungen zugeordnet). Die Erfassung erfolgte zwischen Juni und September 2010. Im Februar 2011 wurde die Erfassung nochmal von einem unabhängigen Kodierer überprüft. Im August 2011 wurden fünf Studiengänge ausgewählt und erneut von einem weiteren Kodierer kodiert. Dabei ergab sich eine einhundertprozentige Übereinstimmung in den vergebenen Codes. Alle Studiengänge wurden nach den gleichen Kriterien kodiert, d. h., wenn eine bestimmte Veranstaltung kodiert oder nicht kodiert wurde, dann erfolgte dies gleichermaßen bei allen Studiengängen.³

Wir betonen explizit, dass die Daten eine Momentaufnahme darstellen, die die spätere Entwicklung der Methodenausbildung naturgemäß nicht berücksichtigt und keine Schlussfolgerungen auf vergangene oder zukünftige Situationen erlaubt. Dennoch ist eine solche Erfassung für das Fach einzigartig und fachgeschichtlich bedeutend. Ebenso ist grundsätzlich anzumerken, dass die Ausführlichkeit der im WWW veröffentlichten Dokumente von Studiengang zu Studiengang stark schwankte. Hierdurch entstehen zwangsläufig Ungenauigkeiten bei der studiengangsspezifischen Quantifizierung von CP-Anteilen im Bereich der Methodenausbildung, die sich letztlich nur durch eine Methodentriangulation (z. B. anhand einer Befragung von Lehrpersonal) vermeiden ließen. Aus forschungsökonomischen Gründen wurde jedoch auf eine Befragung der Institute verzichtet. Zudem ist davon auszugehen, dass Module oder Veranstaltungen, die in verschiedenen Standorten den gleichen Titel tragen, unterschiedlich dicht, aufwändig und anspruchsvoll

3 Eine genauere Beschreibung der Kategorien ist auf Anfrage bei den Autoren erhältlich.

sind. So ist es durchaus möglich, dass an einem Standort für eine inhaltliche Kategorie weniger Credit Points vergeben werden als an einem anderen Standort, jedoch inhaltlich mehr Stoff vermittelt wird. Vor diesem Hintergrund sind die Ergebnisse entsprechend zu interpretieren. Ein zu kleinteiliger Vergleich einzelner Studiengänge ist daher mitunter problematisch.

Bei denjenigen Studiengängen, die keine entsprechenden Informationen online anbieten, wurden bei den Zuständigen in den jeweiligen Instituten die Informationen angefragt. Zunächst werden das methodische Vorgehen und die Ergebnisse für die Bachelorstudiengänge dargestellt, anschließend gehen wir auf den Master ein.

4.1 Bachelor

Erfasst wurden im ersten Schritt alle BA-Studiengänge, die folgende Kriterien erfüllen:

- Abschluss: BA
- deutschsprachig (inkl. Österreich und Schweiz)
- Voll- oder Major-Studiengang (keine Nebenfachstudiengänge)
- grundständige Studiengänge der Fachrichtung: Kommunikations- oder Medienwissenschaft (oder verwandte Bezeichnungen) mit *sozialwissenschaftlicher* Orientierung (keine spezialisierten Studiengänge wie PR, Journalismus, Medienwirtschaft, Mediendesign etc.).

Das letzte Kriterium wurde eingeführt, um die Vergleichbarkeit der untersuchten Studiengänge zu gewährleisten: Es erschien nicht sinnvoll, die sozialwissenschaftliche Methodenausbildung in Studiengängen zu untersuchen, die primär gar keinen sozialwissenschaftlichen Anspruch erheben oder nur Teilgebiete des Faches abdecken, da dort eine sozialwissenschaftliche Methodenausbildung kein Ausbildungsziel ist.

Wie Tab. 3 zeigt, findet sich in vielen Bachelor-Studiengängen nur noch eine als rudimentär zu beschreibende Methodenausbildung. Erkennbar sind drei Säulen, die noch von den meisten Studiengängen angeboten werden:

- eine allgemeine Einführungsveranstaltung in die empirischen Methoden (qualitativ und quantitativ)
- eine Einführung in die Statistik
- ein Anwendungsbereich in Form von Forschungsseminaren.

Alle anderen denkbaren Inhalte von Methodenveranstaltungen finden sich nur noch jeweils bei einer (teilweise sehr kleinen) Minderheit von Studiengängen. Auffällig ist etwa, dass die Methode der qualitativen und/oder quantitativen Inhaltsanalyse, der als originär kommunikationswissenschaftliche Methode eine besondere Bedeutung zukommt, nur noch in zwei Studiengängen mit einer eigenen Veranstaltung curricular verankert ist. Auch wenn dies nicht bedeuten muss, dass Inhaltsanalyse nicht unter anderen Labels (etwa im Rahmen von Forschungsseminaren oder innerhalb der Allgemeinen Einführung) vermittelt wird, erscheint dieser Befund doch bedenklich. Gleiches trifft für die Methode der qualitativen und quantitativen Befragung zu. Statistik I/Datenanalyse ist Bestandteil der Ausbildung bei einem Großteil der Studiengänge.

Tab.4: (Fortsetzung)

MA-Studienort	LP	Allgemeine Einführung in die Methoden der Kommunikations- und Sozialforschung	Qualitative und/oder quantitative Befragung		Qualitative und/oder quantitative Inhaltsanalyse		Angewandte Kommunikationsforschung		Experiment		Ausgewählte/ Fortgeschrittene Methoden		Statistik Einführung (inkl. Datenanalyse)		Fortgeschrittene Statistik		Qualitative Methoden		Sonstiges oder Projektseminar		Summe Pflichtfächer		Summe Wahlfächer							
			P	W	P	W	P	W	P	W	P	W	P	W	P	W	P	W	P	W	P	W	P	W	P	W				
Mainz (UntKomm)	96+24																					4			0					
Mannheim	95+25																7							20		34	0			
München	90+30																							22	30	36	30			
Münster	90+30																							16		30	0			
Oberösterreich	94+26	5,5																						8,5		17	0			
Salzburg	50+42																								17		21	0		
Trier	90+30																								12		24	0		
Wien	102+18																								20		20	0		
Zürich (PaKoWi)	60+30																								6		12	22	0	
Zürich (KoMa/Fo)	75+30																									6		24	34	0

LP=Leistungspunkte, P=Pflichtfach, W=Wahlfach

Betrachtet man andererseits die für die Methodenausbildung vorgesehenen Credit Points, so ist das Basismodell mit 16 Punkten an 14 Standorten umgesetzt (siehe Tab. 3). Dabei ist die Spannweite groß. Allerdings ist der unterschiedliche Umfang der erfassten Studiengänge zu beachten (von 65 bis 210 CP), was bei der Interpretation entsprechend berücksichtigt werden muss.

Nimmt man die für das Standardmodell vorgesehenen Credit Points als Messlatte, so werden auf den ersten Blick wenige Standorte diesem Anspruch gerecht, wobei auch hier wieder den zu vergebenden Leistungspunkten insgesamt Rechnung getragen werden muss. Beispielsweise bietet ein Standort mit 31 Punkten einen vergleichsweise großen Anteil der Methodenlehre am Studium, da der kommunikationswissenschaftliche Teil des dortigen Bachelors mit 120 CPs bemessen wird, und nicht mit 180. Dies gilt auch für andere Standorte. Was das Standardmodell auf Themengebietsebene betrifft, so fällt auf, dass (neben den schon beim Basismodell schwach ausgewiesenen Methoden der Inhaltsanalyse und der Befragung) das Experiment sowie die Statistik II in kaum einem Studiengang als fest verankerte Pflichtveranstaltung angeboten werden.

4.2 Master

Masterstudiengänge wurden nur an den Studiengängen erhoben, die auch einen grundständigen BA im Fach anbieten.⁴ Ansonsten galten die gleichen Kriterien wie für die Auswahl der BA-Studiengänge. Da manche Standorte zwei Masterstudiengänge anbieten, erhöht sich jedoch die Anzahl der Studiengänge im Vergleich zum BA. Die Kategorie Ausgewählte Methoden wurde nun breiter als Ausgewählte/Fortgeschrittene Methoden aufgefasst. Unter fortgeschrittene Methoden fallen Lehrveranstaltungen zu methodischen Grundlagen spezieller Formen klassischer Erhebungsverfahren (u. a. Messung komplexer theoretischer Konstrukte wie Framing, Claims, Argumentationen).

In einem ersten Schritt wurden die Zulassungskriterien für die Masterstudiengänge erfasst. Dabei wird deutlich, dass bei den meisten Studiengängen keine expliziten methodischen Zulassungskriterien gefordert werden. Dies ist ein Anzeichen dafür, dass die Methodenausbildung zu einem gewissen Teil auch im Master geleistet wird bzw. geleistet werden muss. Dies kann jedoch mit der vorliegenden Datenbasis nicht weiter differenziert werden. Zulassungskriterien mit oder ohne Angabe der CPs fanden sich bei neun Studiengängen (nicht in der Tabelle ersichtlich).

Wirft man den Blick auf die Inhalte der (ja deutlich kürzeren) Masterstudiengänge (siehe Tab. 4), so findet sich hier ein Angebot an Methodenausbildung, das im Durchschnitt umfangreicher ist als dasjenige der längeren Bachelorstudiengänge. Damit werden die Befunde zu den Bachelorstudiengängen zumindest in ein anderes Licht gerückt: An manchen Standorten wiegt die Methodenausbildung im Master schwerer als im Bachelor. Nimmt man das Basismodell und das dafür vorgesehene Forschungsseminar im Wert von 16 CP als Messlatte, so wird erneut ein Großteil der Studiengänge diesem Anspruch gerecht. Das Profilierungsmodell wird immerhin nach dem Kriterium der Gesamtpunktzahl bei ca. der Hälfte der Studiengänge umgesetzt, wobei auch hier die Gesamtanzahl

4 Damit fallen freilich wichtige Studiengänge heraus, wie beispielsweise Düsseldorf. Der Ausschluss von Studiengängen stellt keine Wertung dar.

der Leistungspunkte in Rechnung zu stellen ist. Bei den Spitzenreitern macht die Methodenlehre immerhin die Hälfte des Masters aus.⁵ Fortgeschrittene Statistik zählt bei 7 der 31 Studiengänge zum Angebot.

5 Diskussion

Forschung definiert sich über Methodenkenntnis und Fortschritte in der Forschung sind eng mit methodischen Fortschritten verwoben. Von daher kommt einer Reflexion und Kanonisierung der Methodenlehre bei der Entwicklung des Faches parallel zu anderen etablierten sozialwissenschaftlichen Disziplinen ein großer Stellenwert zu. Jedoch steckt dieser Prozess noch in der Kinderschuhen. Die Vermittlung von methodischen Inhalten ist nach wie vor vielerorts an die Kompetenz und Forschungsinteressen einzelner Dozierender gebunden. Die DGPUK hat im Jahr 2004 erste Richtlinien zur Ausgestaltung kommunikationswissenschaftlicher Studiengänge formuliert und unter den Mitgliedern publiziert (vgl. DGPUK 2004). Diese Richtlinien können als wegweisend für unser Fach bezeichnet werden; ihr Stellenwert auf dem Weg zu einer fundierten Methodenausbildung an allen sozialwissenschaftlichen KW-Studiengängen kann nicht hoch genug eingeschätzt werden: Es wurde ein Mindestmaßstab an die Methodenlehre und damit ein zu erreichendes Ziel für die deutschsprachige Methodenausbildung abgesteckt. Dies nützt nicht nur den Absolventen und damit der zukünftigen Forschungskompetenz in unserem Fach, sondern dient auch der Selbstreflexion über die Ausrichtung des Faches und der erfolgreichen und sinnvollen Akkreditierung der Studiengänge an den Hochschulen.

Was die Grundsätze einer kommunikationswissenschaftlichen Methodenausbildung betrifft, so hat sich im Vergleich zu den alten Magister- und Diplomstudiengängen nicht viel geändert:

- Nach wie vor gilt erstens die Zielstellung, die Methodenlehre nicht an andere Fächer auszugliedern und damit die spezifische kommunikationswissenschaftliche Methodenkompetenz zu untergraben. Eine Ausnahme bildet hier lediglich die Statistik I.
- Zweitens soll bei der Formulierung eines Methodenkanons ein gewisses Maß an Flexibilität gewährleistet sein, da sich die Studiengänge in ihrer Ausrichtung und Gesamtpunktzahl teilweise erheblich unterscheiden.
- Drittens kommt der qualitativen und/oder quantitativen Inhaltsanalyse als genuin kommunikationswissenschaftlicher Methode ein besonderer Stellenwert zu, was bei der Ausgestaltung von Methodenveranstaltungen berücksichtigt werden sollte.
- Viertens, und nicht zuletzt, steht aber die grundsätzliche Notwendigkeit einer Kanonisierung und damit Standardisierung der Methodenlehre außer Frage. Wie Schönhagen und Trebbe (2005) festhalten, „könnte das Profil der sozialwissenschaftlich bzw. publizistik- und kommunikationswissenschaftlich ausgerichteten Studiengänge [...] durch die Sicherstellung eines Mindestangebotes an entsprechenden Methodenveranstaltungen deutlich geschärft werden“ (S. 47). Dies kann als ein „zentraler Ansatz-

⁵ Wobei man natürlich bedenken muss, dass die Standorte den Methodenanteil in ihren Curricula unterschiedlich stark ausflaggen.

punkt zur *Sicherung bzw. Verbesserung der Qualität des Studiums*“ erachtet werden (S. 47. Hervorhebung im Original).

Wie auch schon im Vorgängerpapier orientieren sich unsere Empfehlungen nicht am momentan Durchsetzbaren, sondern sie repräsentieren eher einen generellen Anspruch, den wir an die kommunikationswissenschaftliche Methodenlehre haben und wünschen. Für den BA wird nach wie vor zwischen einem Basismodell, das gewissermaßen die Grundversorgung der Methodenlehre sicherzustellen sucht, und einem Standardmodell unterschieden, welches als (wenn auch bisher nicht vielerorts erreichter) Optimalanspruch angesehen wird. Für das Basismodell gilt, dass eine Einführung in die Methoden sowie Inhalte zur qualitativen und/oder quantitativen Inhaltsanalyse, zur qualitativen und/oder quantitativen Befragung und zur Statistik I/Datenanalyse abgedeckt werden sollten. Bei der Aufteilung dieser Inhalte sind jedoch mehrere Varianten denkbar. Dennoch gilt: Ein sozialwissenschaftlich orientiertes kommunikationswissenschaftliches BA-Studium sollte diesen Mindeststandard nicht unterschreiten. Für das Standardmodell werden zusätzlich noch Inhalte zu angewandten Methoden gewünscht – die für die Berufspraxis besonders bedeutsam sind – sowie ein Forschungsseminar, das in der Regel von den Studierenden positiv aufgenommen wird. Ist der für den MA geforderte Mindestanspruch erfüllt, muss im Basismodell des MAs keine weitere Vertiefung der Methodenkenntnisse erfolgen, da die bereits erworbenen Fähigkeiten in konkreten Forschungsarbeiten angewandt werden sollen. Daher sehen wir für das MA-Basismodell lediglich ein umfangreiches Forschungsseminar vor. Im Profilierungsmodell können – wie auch schon im alten Profilierungsmodell – weitere Methodenkenntnisse ergänzt werden, vor allem die höhere Statistik ist hier nicht wegzudenken.

Inwieweit werden nun diese Zielvorstellungen der tagtäglichen Methodenlehre gerecht? Unsere Momentaufnahme aus dem Jahr 2010 zeigt eine relativ starke Heterogenität der Methodenstandards, was den Bedarf zur weiteren Kanonisierung der Methodenlehre verdeutlicht. Schließlich wird ein Großteil der Methodenlehre durch konkrete Forschungsseminare abgedeckt, wobei dies insbesondere für den Master zutrifft. Schwachpunkte lassen sich beim Ausflagen der Kernmethoden qualitative/quantitative Inhaltsanalyse und qualitative/quantitative Befragung feststellen, die zumindest gemäß der Außendarstellung der Studiengänge nicht den Stellenwert erhalten, den sie in der tatsächlichen Forschungspraxis zweifelsohne innehaben. Auch die Statistik II und damit multivariate Analyseverfahren finden noch nicht allerorts die Berücksichtigung im Curriculum, die ihnen in der konkreten Forschungstätigkeit zukommt. Zudem lässt der vergleichsweise große Stellenwert der Methodenausbildung im Master darauf schließen, dass in den Masterstudiengängen zumindest ein Teil der Methodenlehre aus dem BA nachgeholt wird bzw. nachgeholt werden muss. Zusammengefasst ist der Kanon der kommunikationswissenschaftlichen Methodenlehre doch noch recht heterogen, das Basismodell wird an einer immer noch beachtlichen Anzahl von Studiengängen nicht vollkommen umgesetzt. Vergleicht man die Befunde mit denen von Wirth und Baumann (2003), so kann aber von einer leichten Verbesserung der Methodenlehre und einer zunehmenden Kanonisierung gesprochen werden.

Es liegt auf der Hand, dass Empfehlungen sich immer auf idealtypische Studiengänge beziehen, was der Realität vieler kleinerer Studiengänge im Fach möglicherweise

nicht gerecht wird und auch nicht gerecht werden kann. Dies markiert ein generelles, nur schwer lösbares Problem. Aber das Kind mit dem Bade auszuschütten und eine an Vollstudiengängen orientierte Kanonisierung gänzlich abzulehnen, wäre dennoch sicher die falsche Strategie. Die hier formulierten Vorschläge definieren wie oben beschrieben grundlegende kommunikationswissenschaftliche Methodeninhalte, die auch an kleineren Studiengängen gelehrt werden sollten. Auch sei erneut darauf verwiesen, dass eine Kodierung der im WWW veröffentlichten Inhalte selbstredend messfehlerbehaftet ist und keinen Rückschluss auf die weitere Entwicklung der Studiengänge erlaubt. Geht man davon aus, dass sich die Messfehler gleichermaßen auf die Standorte verteilen – schließlich wurden alle Studiengänge nach exakt den gleichen Kriterien kodiert –, so gibt unsere Übersicht zumindest einen ersten Einblick in die Quantität und Ausrichtung der Methodenlehre. Von einem Ranking der Standorte auf Basis der Daten raten wir generell ab, u. a. aufgrund der unterschiedlichen Abstände zwischen den Rängen und den damit verbundenen Fehlinterpretationen.⁶

Ähnlich lassen sich die derzeit von vielen Fachkollegen beklagten Probleme beim Standortwechsel nach dem BA-Studium nicht vollkommen ausräumen. Dies betrifft vor allem die weiterführende Statistikausbildung, die im BA-Standardmodell vorgesehen ist, nicht aber im BA-Basismodell. Folgt im MA-Profilierungsmodell die Statistik II, so kann wahrscheinlich beim Standortwechsel nicht immer sichergestellt werden, dass die dafür notwendigen Voraussetzungen bereits im BA gelehrt wurden. Eine gewisse Überlappung bzw. gewisse Vermittlungslücken sind daher beim Standortwechsel nicht unwahrscheinlich. Zumindest gilt aber, dass die Umsetzung des Basismodells an allen kommunikationswissenschaftlichen Standorten im Vergleich zur nicht-kanonisierten Methodenlehre diese Reibungsverluste erheblich eindämmen würde.

Literatur

- Brosius, H.-B. (2000). Zum Fachverständnis der Kommunikationswissenschaft in Deutschland. *Medien Journal*, 24, 8–9.
- Brosius, H.-B. (2003). Kommunikationswissenschaft als empirisch normative Sozialwissenschaft. In H. Richter & H. W. Schmitz (Hrsg.), *Kommunikation – ein Schlüsselbegriff der Humanwissenschaften?* (S. 401–420). Münster: Nodus Publikationen.
- DGPuK. (2001). *Die Mediengesellschaft und ihre Wissenschaft. Herausforderungen für die Kommunikations- und Medienwissenschaft als akademische Disziplin. Selbstverständnispapier der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)*. o. O.
- DGPuK. (2004). *Empirische Methodenlehre in der Kommunikationswissenschaft. Anforderungen der DGPuK an die empirische Methodenlehre in kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen*. o. O.

6 Es darf angezweifelt werden, dass eine Befragung der Lehrverantwortlichen zu genaueren Befunden führen würde. Vermutlich würde bei einer solchen Erfassung der Anteil der Methodenlehre überschätzt. Die im WWW dargestellten Beschreibungen richten sich an Studierende, die sich über die Methodenausbildung an den Standorten informieren können. Die Angaben sind zudem als verbindlich einzuschätzen. Damit sind diese Informationen für den vorliegenden Zweck durchaus valide. Hinzu kommt, dass die publizierten Inhalte leicht und reliabel kodiert werden können.

- Engel, U. (2002). (Hrsg.). *Praxisrelevanz der Methodenausbildung*. Bonn: Informationszentrum Sozialwissenschaften.
- Hinz, T. (2005). Wer schließt ab und was kommt danach? *Soziologie*, 34, 153–165.
- Marr, M. (Hrsg.). (2007). *Kommunikationsallrounder für die Mediengesellschaft Schweiz. Die Absolventinnen und Absolventen des IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich*. Zürich: Vds Hochschulverlag.
- Meyen, M., Löblich, M., Pfaff-Rüdiger, S., & Riesmeyer, C. (2011). *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Meulemann, H. (2002). Die empirische Sozialforschung in der soziologischen Ausbildung und der Berufspraxis der Soziologen. In U. Engel (Hrsg.), *Praxisrelevanz der Methodenausbildung* (S. 45–67). Bonn: Informationszentrum Sozialwissenschaften.
- Reinemann, C., Peiser, W., & Jandura, O. (2004). Die Bedeutung der kommunikationswissenschaftlichen Methodenausbildung für die Berufspraxis. In K. Neubert & H. Scherer (Hrsg.), *Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen* (S. 141–157). Konstanz: UVK.
- Roskos-Ewoldsen, D., Aakhus, M., Hayes, A. F., Heider, D., & Levine, T. (2007). It's about time: The need for a journal devoted to communication research methodologies. *Communication Methods and Measures*, 1, 1–5.
- Rössler, P. (2003). Zum Standard gehört die Abweichung. *Aviso*, (33), 6–7.
- Ruhrmann, G., Kohring, M., Görke, A., Maier, M., & Woelke, J. (2000). Im Osten was Neues? Ein Beitrag zur Standortbestimmung der Kommunikations- und Medienwissenschaft. *Publizistik*, 45, 283–299.
- Schnapp, K. U., Behnke, N., & Behnke, J. (2004). Methodenausbildung in der Politikwissenschaft – Oder: Wie aus dem Aschenputtel eine Prinzessin werden kann. *Politikwissenschaft. Rundbrief der Deutschen Vereinigung für Politikwissenschaft*, (141), 158–167.
- Schnell, R. (2002). Ausmaß und Ursachen des Mangels an quantitativ qualifizierten Absolventen sozialwissenschaftlicher Studiengänge. In U. Engel (Hrsg.), *Praxisrelevanz der Methodenausbildung* (S. 35–44). Bonn: Informationszentrum Sozialwissenschaften.
- Schönhagen, P., & Trebbe, J. (2005). Der Stellenwert eines sozialwissenschaftlichen Methodenkanons in der Kommunikations- und Medienwissenschaft der Schweiz. *Medienwissenschaft Schweiz/Science des mass média suisse*, (2), 42–48.
- Schulz, W. (2006). Communication research in the past half century: A personal account of what has been typical, striking, important, and deplorable in German-speaking countries. *Publizistik*, 51, 92–96.
- Schweiger, W., Rademacher, P., & Grabmüller, B. (2009). Womit befassen sich kommunikationswissenschaftliche Abschlussarbeiten? Eine Inhaltsanalyse von DGpuK-TRANSFER als Beitrag zur Selbstverständnisse Debatte. *Publizistik*, 54, 534–552.
- Wirth, W. (2000). Methodenausbildung, Methodenstreits, Standards. Einige Gedanken zum Status der Methoden in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. *Aviso*, (26), 6–7.
- Wirth, W. (2003). Zugpferd für die Zukunft. Chancen einer kanonisierten Methodenausbildung. *Aviso*, (33), 11–13.
- Wirth, W., & Baumann, E. (2003). Tendenzen in der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Methodenausbildung. Ergebnisse einer Panelstudie. Vortrag auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationsforschung (DGpuK), 01.-02.05.2003, Hannover.
- Wirth, W., Matthes, J., Mögerle, U., & Prommer, E. (2005). Traumberuf oder Verlegenheitslösung? Einstiegsmotivation und Arbeitssituation des wissenschaftlichen Nachwuchses in Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft. *Publizistik*, 50, 320–340.