

Das Fach Kommunikationswissenschaft Vorschlag einer Systematisierung auf empirischer Grundlage

Klaus-Dieter Altmeppen · Annika Franzetti · Tanja Kössler

Zusammenfassung: Die Kommunikationswissenschaft professionalisiert sich zusehends und steigert offenbar ihre Forschungs- und Publikationstätigkeit. Allerdings fehlten bislang belastbare empirische Daten, die belegen, was augenscheinlich wahrzunehmen ist. In einer Mitgliederbefragung 2010 zur Forschungstätigkeit innerhalb der Fachgesellschaft konnten Altmeppen et al. (2011) einen Status quo ausmachen, der zweierlei deutlich zeigt: Die deutsche Kommunikationswissenschaft erweitert ihre Forschungstätigkeit und differenziert sich inhaltlich und methodisch weiter aus. Zugleich aber verdeutlichen die Daten, dass das bisher bestehende Instrument zur Erhebung der Forschungstätigkeit der thematischen, theoretischen und methodischen Vielfalt des Faches nicht mehr gerecht werden kann. Dieser Befund stellt das Fach vor eine besondere Herausforderung. Es gilt, die inhaltlichen und methodischen Richtungen unter dem Dach der Kommunikationswissenschaft neu zu systematisieren und zu strukturieren, um bei der Abbildung der Forschungstätigkeit großen Linien ebenso wie Nebenstrecken gerecht zu werden. Anhand der 2010 erhobenen Daten und ausgehend von bisherigen inhaltlichen Kategorien wird in diesem Beitrag ein Instrument entwickelt, das dazu dienen soll, die Forschung des Faches in ihrem Facettenreichtum nach innen wie nach außen in langfristig wiederholten Erhebungen abzubilden und dabei der dem Fach innewohnenden Dynamik Rechnung zu tragen.

Schlüsselwörter: Kommunikationswissenschaftliche Forschungsaktivität · DGPuK-Mitgliederbefragung · Fachsystematisierung · Instrumententwicklung

Online publiziert: 09.01.2013

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2012

Prof. Dr. K.-D. Altmeppen (✉) · A. Franzetti, Dipl.-Journ. · T. Kössler, Dipl.-Journ.
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt,
Ostenstraße 25, 85072 Eichstätt, Deutschland
E-Mail: klaus-dieter.altmeppen@ku-eichstaett.de

A. Franzetti, Dipl.-Journ.
E-Mail: annika.franzetti@ku-eichstaett.de

T. Kössler, Dipl.-Journ.
E-Mail: tanja.koessler@ku-eichstaett.de

The discipline of communication science – Proposal for a systematization on an empirical fundament

Abstract: Communication Science appears to become more and more professionalized and seems to increase its research activities and publications. Yet there are no far empirical data to support what seems to be evident. In a survey among DGpuK members in 2010, Altmeyen et al. (2011) found a status quo that shows two interesting aspects: German Communication Science has extended its research activity and, at the same time, differentiated itself substantively and methodically. The data also show that the survey instrument used in the past does not grasp the discipline's thematic, theoretic, and methodical diversity any more. This finding is a challenge to the field: Communication Science must find a way to systematize and structure itself in order to gather all thematic and methodic directions under one umbrella, considering both the broad avenues and the side roads. Based on the 2010 data and the existing survey categories, this paper develops an empirical instrument that can be used to examine, in a long term design, the research activities in Communication Science and demonstrate, to the discipline itself and to outside observers, its multifarious facets and its dynamic.

Keywords: Research activity in Communication Science · DGpuK member survey · Systematization of the discipline · Development of an empirical instrument

1 Die Forschungstätigkeit der Kommunikationswissenschaft als Forschungsgegenstand

Bereits 2007 hatte der Wissenschaftsrat der Kommunikationswissenschaft empfohlen, fundierte Angaben über ihre Forschungsleistungen und deren Förderung zusammenzutragen (vgl. Wissenschaftsrat 2007, S. 36). Bis heute ergeht zugleich die Forderung an das Fach, die Relevanz seiner gesellschaftlichen Rolle zu reflektieren und dies öffentlich darzustellen. Kommunikation ist der grundlegende Modus gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktion; die Notwendigkeit, den Einfluss von medialer und öffentlicher Kommunikation zu erforschen, ist folglich evident. Damit wächst der Wunsch nach Erkenntnissen über die wissenschaftlichen Aktivitäten dieser die Wirklichkeit in allen kommunikativen Prozessen analysierenden Disziplin (vgl. Altmeyen et al. 2011, S. 374). Zwei Komponenten greifen als Ziel also ineinander: die gesellschaftliche Relevanz des Faches zu spiegeln und die pragmatische Empfehlung des Wissenschaftsrates aufzugreifen.

Beide Aspekte veranlassten den Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGpuK) dazu, nach der Mitgliederbefragung aus dem Jahr 2003 (vgl. Peiser et al. 2003)¹ erneut Daten für die Fachgesellschaft zu erheben. Die neue Studie im Jahr 2010 sollte die konkrete Forschungsarbeit der Mitglieder in ihrer Vielfalt veranschaulichen, Stärken und Schwächen des Faches identifizieren und Fachgrenzen neu abstecken oder stärker konturieren (vgl. Altmeyen et al. 2011). Die Arbeit mit den erhobenen Daten zeigt, wie nötig weitere Anstrengungen gerade für die beiden letztgenannten Aspekte sind. Hierzu leistet dieser Aufsatz einen ersten Beitrag, indem

¹ Peiser, Hastall und Donsbach führten 2003 eine Mitgliederbefragung innerhalb der DGpuK durch, deren Ziel es war, die Ausrichtung, die Struktur und das Selbstverständnis der Fachgesellschaft zu untersuchen.

er Vorschläge zu einer systematischen und langfristigen Erfassung der Forschungstätigkeit erarbeitet. Auf der Grundlage der vorhandenen Daten der Mitgliederbefragung aus dem Jahr 2010 wird das Gerüst eines neuen systematischen Erhebungsinstrumentes entwickelt. Dabei wird, nach einem kurzen Überblick über das methodische Vorgehen und nach der Darstellung zentraler Ergebnisse, der Versuch im Vordergrund stehen, die Dynamik der Kommunikationswissenschaft in ihrer thematischen und theoretischen Breite zu würdigen und dennoch zu einer verbesserten Systematik zu gelangen, um künftig verlässlichere Daten über die Entwicklungen und Potenziale des Faches anzubieten.

2 Design und Methode der Studie „Forschungslandschaft Kommunikationswissenschaft“

Eine Onlinebefragung aus dem Frühsommer 2010 liefert die empirische Basis der Studie zur Forschungslandschaft (vgl. Altmeyen et al. 2011). Diese rückt vor allem die Forschungsleistungen in den Mittelpunkt und orientiert sich an vier inhaltlichen Dimensionen: Forschungsbereich, Themen, Theorien und Methoden jedes Forschungsprojektes. Über sie wird die Forschungsleistung des Faches operationalisiert. Die Antwortkategorien in den vier Dimensionen fußen auf Keywordlisten aus Reviewverfahren für DGPK-Jahrestagungen (vgl. Altmeyen et al. 2011). Dies war eine bewusste Entscheidung, um den Status quo der Fachstruktur abbilden zu können. Sie bringt allerdings methodische Schwierigkeiten mit sich (vgl. Beispiele in Kap. 3): Die Keywordlisten sind über die Jahre hinweg sukzessive ergänzt worden, ohne dabei auf Trennschärfe oder Vollständigkeit zu achten. Dieses Problem wurde in Kauf genommen, um mit Kategorien zu operieren, die aus der Mitte des Faches entstanden sind und sich historisch und symbiotisch mit dem Fach entwickelt haben.² Aus gleichem Grund wurde ebenfalls davon abgesehen, Themenkataloge zu adaptieren, die bereits in früheren Studien angewandt worden waren, etwa von Donsbach et al. (2005) bei der Analyse von Publikationen in wissenschaftlichen Fachzeitschriften. Das Vorgehen hatte überdies eine induktive Komponente; so ergänzten offene Antwortmöglichkeiten (Sonstiges, und zwar...) das bestehende Kategoriensystem.

Generiert wurden die Daten mit einer standardisierten, quantitativen Online-Befragung. Der Rücklauf von 34,5% vor Datenbereinigung bzw. 24,7% nach Datenbereinigung verwundert angesichts der Relevanz des Untersuchungsgegenstandes für alle Befragten. Ein Grund könnte im hohen Aufwand liegen, da die Teilnehmer³ detailreich über ihre Forschungsaktivitäten für den Zeitraum von 2005 bis 2009 Auskunft geben sollten. 835 DGPK-Mitglieder wurden zur Teilnahme eingeladen, 206 haben den Fragebogen beendet. Zur Auswertung standen nach der Datenbereinigung die Angaben von 188 Befragten zur Verfügung.

2 Auf eine wissenschaftstheoretische Einordnung und Verankerung der Studie wurde bewusst verzichtet, weil die deskriptive Darstellung des Faches im Vordergrund stehen sollte und dabei großes Gewicht auf den Anteil induktiver Datengenerierung gelegt wurde.

3 Im Folgenden wird aus Gründen der erhöhten Lesbarkeit die männliche Form verwendet. Selbstverständlich sind stets Frauen und Männer gemeint.

3 Ausgewählte Daten als Ausgangspunkt einer neuen Systematisierung

Für diesen Beitrag werfen wir einen Blick auf ausgewählte Daten, der weniger der Datenpräsentation dient als vielmehr dazu, die Probleme zu identifizieren, die sich aus den Daten und vor allem aus deren Entstehung ergeben. Insgesamt erteilen die Ergebnisse zur Forschungslandschaft über verschiedene Aspekte Auskunft, die für die Darstellung des Faches nach außen wie nach innen relevant sind; dazu gehört besonders die akademische Professionalisierung. Diese lässt sich beispielsweise abbilden in Form von akademischen Positionen und Forschungsressourcen und in Angaben über die finanzielle Förderung von Forschung aus unterschiedlichen Quellen. Weitere Indikatoren sind die zunehmend disziplininterne Sozialisation der Forschenden und Lehrenden des Faches sowie die Anwendung und Weiterentwicklung von Theorien und Methoden im Sinne einer Standardisierung. In allen diesen Punkten weisen die Daten eine große Vielfalt auf, wie Altmeppen, Weigel und Gebhard (2011) zeigen konnten.⁴ Mindestens drei Aspekte erscheinen bei der Dateninterpretation essentiell für die Selbstdarstellung und das Selbstverständnis des Faches: die Forschungsaktivitäten der Fachvertreter, die Struktur des Faches nach Forschungsbereichen sowie thematische, theoretische und methodische Schwerpunkte.⁵

Insgesamt zeigen die Ergebnisse eine enorme Breite des Forschungsspektrums bezogen auf Themen, Theorien und Methoden. Das bereitet Schwierigkeiten bei der statistischen Auswertung, denn aufgrund der starken Auffächerung der Antworten entstehen geringe Fallzahlen, die tieferegehende statistische Tests unmöglich machen. Ein Grund dafür liegt darin, dass die Keywordlisten bereits viele Kategorien umfassten, die durch viele Einträge bei offenen Kategorien (Sonstiges) noch erweitert wurden. Hinzu kommt, dass viele Kategorien weder eindeutig noch widerspruchsfrei sind. Das beste Beispiel dafür ist das Thema „Rundfunk“. Bei Projekten, die in diese Kategorie fallen, war nicht mehr nachzuvollziehen, ob sie sich mit Radio oder Fernsehen oder beidem beschäftigt haben. Für die folgende Auswertung haben wir die Daten aggregiert und zu Antwortkategorien zusammengefasst, was sich aufgrund der mangelnden Trennschärfe als äußerst aufwändig und schwierig herausstellte.

3.1 Umfang der Forschungsaktivitäten des Faches

Mit der Ausdifferenzierung des Faches wächst die Notwendigkeit der Legitimation der Kommunikationswissenschaft und damit das Interesse an Daten zu ihren eigenen Forschungsaktivitäten. Aus diesen Gründen sind in den vergangenen Jahren zahlreiche Studien erschienen, die sich mit den wissenschaftlichen Aktivitäten und dem Selbstver-

4 Eine zunehmende Ausdifferenzierung konstatierten bereits Peiser, Hastall und Donsbach aufgrund der Befunde einer ersten Mitgliederbefragung der DGPK aus dem Jahr 2003 (Peiser et al. 2003, S. 310).

5 Die Befragten hatten die Möglichkeit, für jedes der bis zu zehn differenziert erfassten Forschungsprojekte jeweils drei Theorien, drei Methoden, zwei Themen und einen Forschungsbereich nennen. Eine offene Kategorie erlaubte es, sonstige Spezifizierungen je Dimension anzugeben. Diese wurden nachcodiert. Die auffälligen Häufungen in den Ergebnissen (vgl. Kap. 3) ergeben sich durch die mögliche mehrfache Nennung verschiedener Themen, Methoden und Theorien je Forschungsprojekt.

ständnis oder dem wissenschaftlichen Werdegang der Forscher befassen.⁶ Die Studie zur Forschungslandschaft bestätigt die fortschreitende Ausdifferenzierung und lässt zugleich einen Anstieg der Forschungsaktivitäten vermuten. Dafür sprechen unterschiedliche Indikatoren. Zum einen ist die Anzahl der Mitglieder der DGPK von 2003 (673) bis 2012 um 221 auf nun 894 Mitglieder gestiegen (Stand Dezember 2012).⁷ Im gleichen Zeitraum sind zu den 13 Fachgruppen der DGPK (im Jahr 2003) zwei weitere hinzugekommen.⁸ Mehr Wissenschaftler als noch zu Beginn des Jahrzehnts fühlen sich dem Fach zugehörig und organisieren ihre Forschungsinteressen in mehr Bereichen. Daneben ist natürlich die Anzahl der Forschungsprojekte ein wichtiger Indikator für die Forschungsaktivität. Insgesamt haben die Befragten im Zeitraum von 2005 bis 2009 nach eigenen Angaben 832 Forschungsprojekte⁹ durchgeführt (vgl. Altmeppen et al. 2011, S. 377), pro Person also etwa vier Projekte. Für bis zu zehn Forschungsprojekte konnte jeder Befragte detaillierte Angaben zu Forschungsbereich, Themen, angewandten Theorien und Methoden oder auch Forschungsförderung machen. Für 720 der 832 Projekte liegen solche Angaben vor. Zwar wurden die Forschungsprojekte in diesem Zeitraum aggregiert abgefragt, so dass keine Zuordnung von einzelnen Projekten zu bestimmten Jahren möglich ist; außerdem fehlen Vergleichswerte früherer Jahre (die Erhebung war die erste dieser Art). Dennoch gibt es einen deutlichen Indikator für eine Zunahme an Forschungsaktivitäten: Von 2005 bis 2009 stieg die finanzielle Förderung kommunikationswissenschaftlicher Forschungsprojekte von einer Jahressumme in Höhe von gut drei Millionen Euro auf über 17 Millio-

6 Beispiele für die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Frage, wer die Kommunikationswissenschaftler sind, was sie erforschen, wie sie ihren Weg in die Wissenschaft gefunden haben oder wie sie sich und ihre Forschung verstehen, sind die Studien von Hohlfeld und Neuberger 1998; Brosius 1998; Lauf 2001 (hier liegt der Schwerpunkt auf Publikationen deutschsprachiger Fachvertreter in internationalen Fachzeitschriften); Peiser et al. 2003; Donsbach et al. 2005; Prommer et al. 2006; Meyen 2007; Meyen und Löblich 2007; Brosius und Haas 2009; Huber 2010; Löblich 2010; Riesmeyer und Huber 2011.

7 Zum Zeitpunkt der Erhebung im Sommer 2010 hatte die DGPK 836 Mitglieder (vgl. Altmeppen et al. 2011, S. 376).

8 2003 bestanden in der DGPK folgende Fachgruppen: Computervermittelte Kommunikation, Journalistik/Journalismusforschung, Kommunikation und Politik, Kommunikations- und Medienethik, Kommunikationsgeschichte, Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht, Medienökonomie, Medienpädagogik, Methoden der Publizistik und Kommunikationswissenschaft, PR und Organisationskommunikation, Rezeptions- und Wirkungsforschung (zunächst unter dem Namen „Rezeptionsforschung“, ab 2007 „Rezeptions- und Wirkungsforschung“), Soziologie der Medienkommunikation, Visuelle Kommunikation; bis 2012 kamen die beiden Fachgruppen Mediensprache – Mediendiskurse (2008) und Internationale und interkulturelle Kommunikation (2010) hinzu.

9 Nennen konnten die Befragten sowohl Qualifikationsarbeiten als auch eigene Abschlussarbeiten, Lehrforschungsprojekte, empirische Projekte einzelner Lehrstühle, Kooperationsprojekte, Auftragsforschung, Forschungsprogramme etc.; wichtig war allein die eigenständige Arbeit bzw. Mitarbeit an dem Projekt.

nen Euro (vgl. Altmeyen et al. 2011, S. 378)¹⁰, ebenso stieg die Zahl an Promotionen und Habilitationen in den Jahren seit 1990.¹¹

Auch wenn einige Indikatoren dafür sprechen, dass die Kommunikationswissenschaft in der deutschen Forschungs- und Hochschullandschaft durch gestiegene Forschungsaktivität und Expansion in Forschung und Lehre an Bedeutung gewonnen hat, so fehlen doch weitere empirische Belege, vor allem im Querschnitt.

3.2 Struktur des Faches

Erkenntnisse über den Umfang der Forschung ermöglichen tiefergehende Analysen der Fachstruktur, die sich in verschiedenen Dimensionen abbilden lässt. Dazu gehören die Forschungsfelder und -themen, die markieren, was die Objekte der Forschungstätigkeit sind. Die beiden weiteren Perspektiven, angewandte Theorien und Methoden, beschreiben inhaltliche und empirische Vorgehensweisen der Forschung.

In diesen vier Dimensionen – Forschungsfelder, Forschungsthemen, Theorien und Methoden – weist die Kommunikationswissenschaft eine beachtliche Vielfalt auf, wie Altmeyen, Weigel und Gebhard (2011) zeigen. Das ist sicherlich mit der Geschichte des Faches begründbar, gilt die Kommunikationswissenschaft doch seit jeher als ein hybrides Gebilde, das sich über Jahrzehnte hinweg in unterschiedlichste Richtungen ausdifferenziert hat (vgl. Huber 2010). Ronneberger bezeichnete die Kommunikationswissenschaft Mitte der 80er Jahre noch als „Sammelsuriums- oder bestenfalls Dachwissenschaft für ein ziemlich großes Gebäude, in dem sich die Mieter nicht kennen“ (Ronneberger 1988, S. 87). Das hat sich inzwischen geändert: Das Fach hat mehr Kontur und Identität gewonnen, zum einen durch die Ausdifferenzierung der Fach- und Ad-hoc-Gruppen und die institutionalisierte Nachwuchsförderung, zum anderen durch die zunehmende Zahl von Professoren der Kommunikationswissenschaft, die das Fach selbst als Hauptfach studiert haben (vgl. Huber 2010, S. 31). Damit einher gehen eine zunehmende Homogenisierung der Autorenschaft in den Fachzeitschriften (vgl. Brosius und Haas 2009; Huber 2010,

10 Zudem konnten in den vergangenen Jahren beachtlich viele Neugründungen oder Erweiterungen von Instituten und Studiengängen an Universitäten und Fachhochschulen verzeichnet werden, etwa in Augsburg, Friedrichshafen, Hohenheim, Tübingen und Passau, um nur einige zu nennen. Auch diese Entwicklung kann als Indikator für eine stetige Ausweitung der Forschungsaktivität im Fach interpretiert werden.

11 Knapp 80% der Befragten promovierten in den Jahren 1991 bis 2010, gut 20% dagegen datieren ihre Promotion in den Zeitraum von 1964 bis 1989 (32 Befragte machten hierzu keine Angabe; $n=156$). Bei den Habilitationen stehen sogar 85% in den Jahren 1991–2010 gut 15% in den Jahren 1970–1990 gegenüber (141 der Befragten machten hier keine Angaben; $n=47$). Der Verdacht liegt nahe, dass der gestiegene prozentuale Anteil an Promotionen und Habilitationen in den vergangenen 20 Jahren mit der hohen Anzahl junger Befragter zu tun hat: Möglicherweise haben überwiegend junge Mitglieder der DGPK an der Befragung teilgenommen. Tatsächlich weicht der Altersdurchschnitt der Befragten mit 41,05 Jahren um sieben Jahre vom Durchschnittsalter der DGPK-Mitglieder ab, die im Mittel gut 48 Jahre alt sind (von 331 der 887 DGPK-Mitglieder haben die Mitgliederdateien keine Angaben zum Alter, $n=556$).

S. 32) sowie Verwissenschaftlichung und gesteuerte Standardisierung¹² (vgl. Huber 2010, S. 33 ff.). Huber (2010) ebenso wie Peiser, Hastall und Donsbach (2003) stellen sogar einen Mainstream fest und begründen ihn unter anderem damit, dass sich 2003 über 92 % der befragten DGPUK-Mitglieder der empirisch-sozialwissenschaftlichen Forschungsperspektive zuordnen (vgl. Huber 2010, S. 33–34; Peiser et al. 2003, S. 326). Peiser, Hastall und Donsbach sehen in dieser Entwicklung einerseits ein funktionales Merkmal des Professionalisierungsprozesses, zugleich verweisen sie aber auf ein damit unmittelbar verbundenes Kernproblem, wonach nun die „tatsächlichen oder vermeintlichen Minderheiten (und zwar gleichermaßen die traditionellen Generalisten wie die Vertreter neuerer, spezieller Forschungsbereiche) sich weniger aufgehoben fühlen“ (vgl. Peiser et al. 2003, S. 332–333). Die jüngsten Daten unterstreichen das 2003 diagnostizierte „sowohl als auch“: Um einen relativ klar umrissenen Kern differenziert sich das Fach immer weiter aus, wobei die Kommunikationswissenschaft als integrative Sozialwissenschaft zunehmend neuen Strömungen ausgesetzt ist, die die thematische, theoretische und methodische Forschungsaktivität immer weiter variieren. Zugleich lassen die Befunde eine weitere Professionalisierung und wissenschaftliche Standardisierung vermuten, beispielsweise durch die Anwendung eines breiten Arsenal an Methoden (vgl. Altmeyden et al. 2011, S. 386).

Kamen Peiser, Hastall und Donsbach 2003 noch auf 20 verschiedene Forschungsbereiche, die sie auf ihre Bedeutung für das Fach hin abfragten, so ermittelt die jüngste Befragung (zusammengefasst) 27 Bereiche, in denen Mitglieder der Fachgemeinschaft forschen. Dabei fällt eine Konzentration auf vier Gebiete auf: Die Befragten ordnen insgesamt 92 Projekte der „Journalismusforschung“ zu ($n=720$ Forschungsprojekte, zu denen detaillierte Angaben vorliegen). An zweiter Stelle steht mit „Medienrezeption“ ein ebenfalls breites Feld mit 72 Forschungsprojekten, „PR und Organisationskommunikation“ vereinen 64 Projekte auf sich. Diese Konzentration zeigt, dass sich das Fach wie sein Gegenstand dynamisch entwickelt und verhältnismäßig junge Forschungsbereiche schnell Bedeutung erlangen. Gleiches gilt für die „Politische Kommunikation“, der 68 Forschungsprojekte zugeordnet werden können.

Trennschärfen bei den ursprünglichen Reviewkategorien fallen hier besonders ins Gewicht. So weisen die Kategorien „Massenkommunikationsforschung“, „Medienforschung allgemein“ oder „Journalismusforschung“ aufgrund ihrer breiten Auslegungsmöglichkeiten nicht nur untereinander viele Überschneidungen auf, sondern überschneiden sich auch mit Kategorien wie „Onlinemedien“ oder „visuelle Kommunikation“. Dagegen sind andere Kategorien relativ klar abgegrenzt (z. B. „Fachgeschichte“ oder „Unterhaltung, Wirkung“), sie zeigen aber auch, dass der jeweilige Zuschnitt von Antwortkategorien höchst unterschiedlich ausfällt. Eine stärkere Differenzierung in Form einer quantitativen Ausweitung der Keywordlisten, wie sie bisher betrieben wurde, ist also keineswegs gleichzusetzen mit einer fortschreitenden Strukturierung des Faches.

12 Huber sieht unter Verweis auf Peiser, Hastall und Donsbach (2003) die Verwissenschaftlichung darin, dass sich die Mitglieder der DGPUK vermehrt in der Wissenschaft verorten und nicht in der Medienpraxis (Huber 2010, S. 34). Den Beleg für die gesteuerte Standardisierung sieht sie in den Debatten um und der Verabschiedung von Selbstverständnispapieren (Huber 2010, S. 34).

Hierfür stehen auch Erkenntnisse, die sich aus den Daten zur Themenvielfalt des Faches ableiten lassen. Mit insgesamt 83 Themen operiert die ursprüngliche Keywordliste, ergänzt durch Angaben aus offenen Antwortkategorien. Sie wurden für die quantitative Auswertung in 32 Themenkategorien zusammengefasst. Auch hier ist eine Konzentration festzustellen: Zum einen vereinen breit formulierte Themen viele Forschungsprojekte auf sich (z. B. „Medien und Sozialisation“ mit 71 oder „Rundfunk“ mit 92 Nennungen). Zum anderen genießen relativ junge Themen viel Aufmerksamkeit, z. B. „Medienwandel und seine Einflüsse und Konsequenzen“ (92) oder „Organisations- und Unternehmenskommunikation“ (79) sowie „Internet und PC-Medien“ (56). Erstaunlich bleibt: Trotz der vorhandenen Auswahlmöglichkeit bei der Bestimmung der Themen der Forschungsprojekte ist die Ausweikkategorie „Sonstiges“ mit 74 Nennungen die am häufigsten besetzte Einzelkategorie. Das kann nur bedeuten, dass die Keywordlisten der fortschreitenden Differenzierung des Faches nicht gerecht werden. Neue Themen kommen auf, nicht zuletzt durch die dynamische Weiterentwicklung des Gegenstandes „Medien“ oder „(Massen-) Kommunikation“, und lassen sich in den Augen der Forschenden nur schwer den vorhandenen Themenkategorien zuordnen. Zugleich weisen die vorliegenden Themenkategorien ähnlich wie die Forschungsbereiche fehlende Trennschärfen auf: So existieren Themenkategorien wie „Rundfunk“, „Radio“, „Hörmedien, Hörfunk“, „Fernsehen“ und „öffentlich-rechtlicher Rundfunk“ nebeneinander, während „privater Rundfunk“ nicht auftaucht.

Komplementär zu den Erkenntnissen über Themen und Forschungsbereiche verdeutlichen Daten über Theorien und Methoden ein umfassenderes Bild der Forschungstätigkeiten. Insgesamt lagen in der Befragung 27 Theorien als Antwortmöglichkeiten vor. Sie ließen sich in der Auswertung in 19 Kategorien zusammenfassen, wobei die Kategorie „Sonstiges“ 51 Nennungen auf sich vereint. Analog zum Forschungsfeld der Rezeptions- und Wirkungsforschung bedienen sich die Befragten besonders oft der „Theorien der Rezeptions- und Nutzungsforschung“ (in 189 Fällen) und der „Wirkungstheorien“ (76). „Journalismustheorien“ erhalten ebenfalls viel Aufmerksamkeit (120). Auch bei den Theorien steht der Konzentration auf einige Gebiete eine Ausdifferenzierung gegenüber, welcher der Theorienkatalog noch nicht gerecht wird. Gleiches lässt sich für die Methoden des Faches konstatieren. 32 unterscheidet die vorliegende Befragung, die sich sinnvoll in 18 Kategorien zusammenfassen lassen. Am häufigsten bedienen sich die befragten DGPK-Mitglieder der „quantitativen Befragung“ (249¹³) und der „quantitativen Inhaltsanalyse“ (196). Es folgen die qualitativen Pendanten (244 „qualitative Befragungen“ und 112 „qualitative Inhaltsanalysen“). Diese Befunde sind zunächst wenig überraschend. Doch gerade die besonders selten angegebenen Methoden (z. B. „Narrationsanalyse“ 2; „Ethnografie“ 7) stehen für eine wachsende Methodenvielfalt innerhalb des Faches und lassen eine Zunahme von Untersuchungen mit Methodenkombinationen vermuten. Eine sinnvolle und umfassende Strukturierung der Forschungsgebiete ebenso wie der Themen erscheint dringend notwendig und wird später ausführlich diskutiert (vgl. Kap. 4).

Für den großen Facettenreichtum kommunikationswissenschaftlicher Forschung spricht auch der Vergleich zwischen möglichen Kombinationen aus Themen und Metho-

13 Die auffällige Häufung ergibt sich durch die besondere Anlage der Untersuchung, die je Forschungsprojekt eine Vielzahl von Themen, Methoden und Theorien erlaubte; vgl. hierzu Anm. 5.

den mit den jeweils beobachteten Häufigkeiten. Die 31 Themen (ohne die Kategorie „Sonstiges“) und 15 Methoden (ohne die Kategorien „keine empirische Methode“ und „sonstige qualitative Methode“, „sonstige quantitative Methode“) ergeben 465 mögliche Kombinationen; diesen stehen 408 beobachtete Kombinationen gegenüber. Ähnliches lässt sich bei der Kombination von Themen (31) und Theorien (19) registrieren. Hier stehen 589 möglichen Kombinationen 512 beobachtete gegenüber. Der allein rechnerisch möglichen Vielfalt nähern sich die Forschungsprojekte erstaunlich nah an.

Dafür, dass sich das Fach nicht nur innerhalb seiner Grenzen ausdifferenziert, sondern sich durchaus neue Bereiche erschließt und diese integriert, sprechen die Befunde über interdisziplinär ausgerichtete Forschungsprojekte. In 386 Projekten wurde interdisziplinär gearbeitet. Dabei fallen vier Disziplinen erwartbar und sehr deutlich auf: Politikwissenschaft und Soziologie vereinen über 35 % (136 Nennungen) der interdisziplinären Kooperationen auf sich und Wirtschaftswissenschaft und Psychologie nochmals knapp ein Viertel (95). Exoten unter den Kooperationsdisziplinen sind Theologie und Musikwissenschaft mit je fünf Nennungen, aber auch sie zeugen von der Weiterentwicklung der Kommunikationswissenschaft in unterschiedlichsten Ausprägungen.

3.3 Systematisierung des Faches

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich die vorliegenden Daten zur Verteilung der Forschungsbereiche, Themen, Theorien und Methoden nur bedingt dafür eignen, klärende Aussagen über die Struktur des Faches zu formulieren. Das Fazit „sowohl als auch“ der Studie von Peiser et al. (2003) unterstreichen sie sicherlich: Forschungsfelder, Themen, Theorien und Methoden differenzieren sich weiter aus, dennoch lassen sich Konzentrationen auf Forschungsinteressen feststellen. Die vorliegenden Kategorienmuster der DGPuK-Reviewverfahren scheinen diesem „sowohl als auch“ nicht hinreichend Rechnung zu tragen. Sie können weder die vorhandenen Spezifizierungen trennscharf abbilden noch die zunehmenden Diversifikationen ausreichend integrieren.

Die diagnostizierten Strukturierungsdefizite haben unterschiedliche Gründe. Zum einen entzieht sich die Kommunikationswissenschaft per definitionem einer statischen Systematik. Sie ist nicht auf einen bestimmten Bereich der gesellschaftlichen Lebenswelt beschränkt. Ihr Gegenstand durchdringt sämtliche privaten und gesellschaftlichen Bereiche und hat sich besonders in den vergangenen drei Jahrzehnten rasant weiterentwickelt. Damit muss der Kommunikationswissenschaft nicht per se jede Systematisierung abgesprochen werden; diese sollte allerdings der Komplexität des Faches gerecht werden. Die vorliegenden Daten zeigen immerhin auf, wo Handlungsbedarf besteht: Nötig ist eine Überarbeitung der Systematisierung und Strukturierung des Faches, die mindestens drei Anforderungen erfüllen muss: 1) Sie muss die Vielfalt der Forschungstätigkeit des Faches sinnvoll und übersichtlich zusammenfassen und gliedern. 2) Sie muss thematische Nischen sichtbar werden lassen. 3) Sie muss flexibel bleiben für die dynamische Entwicklung des Faches.

Die vier Dimensionen aus Forschungsbereichen, Themen, Theorien und Methoden bilden zunächst ein brauchbares Raster, um die Gestalt einzelner Forschungsprojekte facettenreich abzubilden. Dennoch: Sie werden den drei Anforderungen nicht gerecht, weil offenbar definitorische Unklarheit darüber herrscht, welchen Zuschnitt ein Thema im

Gegensatz zu einem Forschungsbereich hat, und weil überdies viele Bereiche und Themen nicht zur Genüge abgedeckt sind, Nischen also verstellt bleiben. Da die vorhandenen Listen beliebig erweitert werden können, scheint die dritte Anforderung zunächst erfüllt. Allerdings kann eine grenzenlose, bisweilen willkürliche Erweiterung nur schwerlich zu einer systematischen Strukturierung beitragen. Definitorische Arbeit ist ebenso nötig wie Arbeit an einer Grundstruktur, die bei wünschenswerter Erweiterung ihre Form behält.

Unter einem Forschungsbereich versteht man ein Feld, das Schlüsse darüber zulässt, aus welcher Perspektive ein Forschungsgegenstand betrachtet wird. Schließlich ist durchaus denkbar, dass sich ein Gegenstand oder Thema in unterschiedlichen Forschungsbereichen wiederfindet. Gelangt man darüber hinaus zu Erkenntnissen über den theoretischen Unterbau und die angewandten Methoden, bekommt das Forschungsprojekt eine klare Kontur.

Ein Beispiel ist die relativ junge Forschung zur Online-Kommunikation. So wie sich die technologischen Möglichkeiten der Online-Kommunikation in die bestehenden Kommunikationsmittel drängen, so fluten sie nahezu alle Bereiche kommunikationswissenschaftlicher Forschung. Online-Kommunikation ist eben nicht nur ein neu entstehender Forschungsbereich, sondern diffundiert in unterschiedlichste bestehende Felder. Das Thema „Social Networks“ etwa kann aus der Perspektive der Wirkungs- ebenso wie aus der Perspektive der Nutzungsforschung oder auch der Journalismusforschung betrachtet werden.

Die erforderliche klare Kontur kann aber ein Forschungsprojekt nur bekommen, wenn die Kategorien der vier Dimensionen (Forschungsbereich, Thema, Theorie, Methode) in sich trennscharf angelegt sind. Die Herausforderung besteht darin, ein Raster zu erstellen, das eindeutige Begriffe bei gleichzeitig zahlreichen Kategorien für die Themen, Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft bereithält. Die zusätzliche Einordnung eines Forschungsprojektes in einen bestimmten Forschungsbereich ermöglicht eine präzise Erfassung. Mit einem solchen Raster wären die ersten beiden Anforderungen erfüllt: Kategoriale Übersichtlichkeit und Sichtbarkeit von Nischen. Die dritte Anforderung wird erreicht durch die prinzipielle Erweiterbarkeit eines Rasters, jedoch unter der Prämisse, das Grundgerüst zu erhalten. Neue Themen müssen zunächst daraufhin geprüft werden, ob sie sich bestimmten Themenoberkategorien zuordnen lassen. Erst wenn das nicht der Fall ist, kann man erwägen, einen neuen Themenbereich zu schaffen und diesen trennscharf und eindeutig zu formulieren. Gleiches muss für Theorien und Methoden gelten (ein Beispiel enthält Anm. 14). Eine systematische Struktur dieser Art bildet für die Innen- und die Außendarstellung des Faches die Vielfalt der Forschungstätigkeit übersichtlich, transparent und nachvollziehbar ab. Zum anderen stellt sie eine Grundlage für die Entwicklung eines Evaluationsinstrumentes dar, das es erlaubt, die Entwicklung des Faches, seiner Mitglieder und ihres Forschungsengagements langfristig vergleichend zu analysieren. Beides dient der Information der Mieter des komplexen Gebäudes „Kommunikationswissenschaft“ über ihre Tätigkeiten – man lernt sich kennen. Eine systematische Struktur eignet sich überdies dazu, dem Gebäude Standfestigkeit zu verleihen. Sie ermöglicht dem sogenannten *Mainstream* (vgl. Huber 2010, S. 33) ebenso wie „traditionellen Generalisten“ und „Vertreter[n] neuerer, spezieller Forschungsbereiche“, wie Peiser, Hastall und Donsbach schreiben (2003, S. 333), eine Identifikation mit der wissenschaftlichen Disziplin Kommunikationswissenschaft. Für die Wahrnehmung und Legitimation

des Faches in der facettenreichen Hochschul- und Forschungslandschaft schließlich ist eine langfristige und systematische Darstellung der Leistungen in Forschung und Lehre von essentieller Bedeutung.

4 Systematischer Strukturierungsvorschlag für die Darstellung des komplexen Gebäudes der Kommunikationswissenschaft

Unser Vorschlag gliedert sich in die fünf Dimensionen Thema, Theorie, Methode, Forschungsdesign sowie Forschungsbereich auf.¹⁴ Mit dem Forschungsdesign wurde eine Dimension ergänzt, die es erlaubt, komplexe Forschungsvorhaben nicht auf die reine Erhebungsart zu reduzieren, sondern beispielsweise explizite Vergleiche, Experimente oder auch methoden- oder theoriegenerierende Verfahren in ihrer Vielschichtigkeit abzubilden. Thema, Theorie und Methode werden in dem Raster zunächst sehr differenziert in Unterkategorien erfasst. Zugleich hält das Raster Oberkategorien bereit, die eine spätere Zusammenfassung und damit eine quantitative Auswertung zulassen. Das Forschungsdesign kann ohne Oberkategorien erfasst werden, da sich mögliche Ausprägungen auf wenige sehr klare Termini beschränken.

Neben Thema, Theorien, Methoden und Design steht zur Spezifizierung von Forschungsprojekten der Forschungsbereich als weitere Dimension zur Verfügung. Da die einzelnen Themen auf einem hohen Differenzierungsniveau erfasst werden, können Forschungsbereiche breiter angelegt sein und kommen ohne weitere Unterkategorien aus. Der Verzicht auf Unterkategorien dient in diesem Fall einer deutlichen Abgrenzung zu den Themen, die leicht mit kleinteiligen Bezeichnungen von Forschungsbereichen verschwimmen und Trennschärfe erschweren. Während im Kategoriensystem des bisherigen Reviewverfahrens weder zwischen Thema und Forschungsbereich als Dimensionen noch zwischen den jeweiligen Kategorien Trennschärfe bestand,¹⁵ kann diese im hier vorliegenden Vorschlag durch definitorische Vorarbeit sowie durch klare Ein- und Abgrenzung erreicht werden.

Die Dimension Thema wird gegenstandsorientiert verstanden. Ihre Ausprägungen in den Unterkategorien bewegen sich nah an Phänomenen der (Medien-)Realität, die im Zentrum des jeweiligen Erkenntnisinteresses kommunikationswissenschaftlicher Forschung stehen. Bei der Formulierung der differenzierten Unterkategorien dienten die empirisch getesteten Reviewkategorien als erste Basis. Sie wurden neu in Oberkategorien geordnet, teils neu formuliert und weitreichend ergänzt. Nach der Durchsicht systematischer Lehrbücher, Fachlexika und fachhistorischer Werke (Maletzke 1984, 1988,

14 Ein Forschungsprojekt, das einen internationalen Vergleich von Medieninhalten zum Thema „Eurokrise“ anstellt, kann beispielsweise der Themenunterkategorie „Politik als Medieninhalt“ und der Oberkategorie „spezifischer Medieninhalt“ sowie dem Forschungsbereich „Politische Kommunikation“ zugeordnet werden. Die Methode ist eine quantitative Inhaltsanalyse (als weitere Methode kann die qualitative Befragung angegeben werden), und als Theorie wird „Framing“ als Wirkungstheorie angewandt. Forschungsdesign ist ein internationaler Vergleich.

15 Die mangelnde Trennschärfe liegt in erster Linie daran, dass die Ausprägungslisten der einzelnen Dimensionen immer wieder unsystematisch um neue Begriffe ergänzt wurden.

1998; Burkart 2002; Pürer 2003; Kunczik und Zipfel 2005; Bentele et al. 2006) führten theoretische Überlegungen über Themenfelder zur Formulierung der Oberkategorien (Tab. 1). Das bedeutet aber keinesfalls, dass die Oberkategorien der Themen mit den Forschungsbereichen gleichzusetzen sind. Forschungsbereiche (Tab. 2) liegen näher an leitenden Forschungsfragen einzelner Forschungsprojekte (z. B. Fragen nach der Wirkung von Medieninhalten). Auch wenn Forschungsbereiche sicherlich mit bestimmten Themenoberkategorien korrelieren, so liegt gerade in unerwarteten Kombinationen die Facettenvielfalt des Faches und seiner Forschung.¹⁶

Den Forschungsbereichen ähnlich bildet die Dimension Theorie eine spezifische Perspektive ab. Sie ist detaillierter als der Forschungsbereich und anwendungsbezogen. Die im Reviewverfahren verwendeten Theorien eigneten sich nicht als Basis für eine Neuordnung und Reformulierung der Kategorien: Viele der vorhandenen Begriffe bezeichneten keine Theorie, sondern ein theoretisches Feld, in das unterschiedliche theoretische Ansätze eingeordnet werden können. Das Kategoriensystem des Reviewverfahrens kann also die ausdifferenzierten theoretischen Anbindungen des Faches nicht erfassen. Ziel der Ausgestaltung der Dimension „Theorie“ war daher, die Theorievielfalt in kleinteiligen Unterkategorien abzubilden und sie zugleich für quantitative Auswertungen sinnvoll in Oberkategorien zusammenzufassen (Tab. 3). Für die Identifikation solcher Oberkategorien konnten die vorhandenen Reviewkategorien eine erste Grundlage bilden, ergänzt durch Erträge aus einschlägigen systematischen Werken (Altmeyen et al. 2007; Meier 2011; Meyen und Löblich 2006; Weber 2010). Unterkategorien wurden beispielhaft zugeordnet. Angesichts der Theorievielfalt im Fach erscheint es sinnvoll, in Forschungsprojekten angewandte Theorien oder theoretische Ansätze induktiv zu generieren. Die nötigen detaillierten Ergänzungen werden empiriegeleitet (z. B. durch eine weitere Befragung mit einer offenen Antwortkategorie) ermittelt und begründbar den Oberkategorien zugeordnet. Dieses Vorgehen stellt sicher, dass das Grundgerüst einer Systematik der Theorien des Faches erhalten bleibt und dennoch Vielfalt sichtbar wird.

Im Gegensatz zu Thema, Forschungsbereich und Theorie erfassen Methode und Design den operativen Aspekt der Forschung und lassen Schlüsse auf die konkrete Umsetzung zu. Die Ordnung vorhandener Reviewkategorien zur Methode zeigte, dass eine neue Grundstruktur geschaffen werden muss, die einzelne Methoden qualitativer wie quantitativer Forschung gleichberechtigt abbildet, aber dennoch methodische Grundzüge zusammenfassend darstellt. Hierfür wurden weitgefasste Oberkategorien entlang der im Fach etablierten Methoden formuliert, wobei differenzierte Unterkategorien eine detaillierte Bezeichnung ermöglichen (Tab. 4). Zugleich erwies es sich als sinnvoll, mit dem Forschungsdesign (Tab. 5) eine weitere Dimension zu schaffen, die über die genaue Anwendung einer Methode Aufschluss gibt. Das vorhandene Kategoriensystem des Reviewverfahrens machte diesen Unterschied nicht und operierte daher mit unterschiedlich zugeschnittenen und nicht trennscharfen Kategorien (z. B. „Rezeptionsbegleitende Messverfahren“ und „Blickaufzeichnung“).

16 So kann ein und der derselbe Gegenstand aus völlig unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden. Beispielsweise kann ein Forschungsprojekt Gewalt in Medien aus der Perspektive der Medienethik ebenso wie aus der Perspektive der Nutzungs- oder Wirkungsforschung untersuchen.

Tab. 1: Themen kommunikationswissenschaftlicher Forschung in Unter- und Oberkategorien

Thema	
<i>Unterkategorie</i>	<i>Oberkategorie</i>
Journalisten allg.	Journalismus
Produktion von Medieninhalten	
Informationsverarbeitungs- und Selektionsprozesse	
Journalismus und Public Relations (PR)	
Einstellungen von Journalisten	
Journalistische Verantwortung/Ethik im Journalismus	
Journalisten spezifischer Medien	
Journalisten mit spezifischen Aufgaben (z. B. Auslandskorrespondenten)	
Frauen als Journalisten	
Andere spezifische Gruppen von Journalisten	
Journalisten als Akteure	
Weitere Unterkategorien für „Journalismusforschung“	
Öffentlichkeit allg.	Öffentlichkeit
Öffentliche Meinung	
Gegenöffentlichkeit	
Weitere Unterkategorien für „Öffentlichkeit“	
Massenmedien allg.	Spezifische Mediengattungen und Medienstrukturen
Medien als Organisationen	
Medien als Unternehmen	
Medien als Akteure	
Medienstrukturen allg.	
Finanzierung von Medien	
Produktionsprozesse spezifischer Medien	
Wirtschaftliche Struktur von Medien	
Wirtschaftliche Verflechtungen von Medien	
Wirtschaftliche Strategien von Medien	
Medien und CSR/Unternehmensethik in Medienunternehmen	
Management von Medien	
Zeitung(en)	
Zeitschrift(en)	
Hörfunk allg.	
Öffentlich-rechtlicher Hörfunk	
Privater Hörfunk	
Fernsehen allg.	
Öffentlich-rechtliches Fernsehen	
Privates Fernsehen	
Film	
Buch	
Nachrichtenagenturen	
Produktionsunternehmen	
PR Agenturen	
Lokale/regionale Medien	
Nationale Medien	

Tab. 1: (Fortsetzung)

Thema	
<i>Unterkategorie</i>	<i>Oberkategorie</i>
Inter-/transnationale Medien	
PC-Medien/PC-Spiele	
Internet/Web 2.0	
Mobile Medien	
Online-Medien	
Weitere Unterkategorien für „Spezifische Mediengattungen und Medienstrukturen“	
Sozialisation durch Medien	Gesellschaftliche Funktion(en) und Rolle(n) der Medien
Identitätsbildung durch Medien	
(Politische) Partizipation durch Medien	
(Politische) Bildung durch Medien	
Reputation durch Medien	
(De-) Legitimation durch Medien	
(Politische) Information durch Medien	
Integration durch Medien	
Transparenz durch Medien	
Normative Forderungen an Medien allg.	
Reputation von Medien	
Meinungsbildung durch Medien	
Weitere Unterkategorien für „Gesellschaftliche Funktion(en) und Rolle(n) der Medien“	
Politik als Medieninhalt	Spezifische Medieninhalte
Wirtschaft als Medieninhalt	
Kultur als Medieninhalt	
Migration als Medieninhalt	
Wissenschaft als Medieninhalt	
Ratgeberjournalismus als Medieninhalt	
Skandale als Medieninhalte	
Spezifische Berichterstattungsformen/-Formate	
Spezifische gesellschaftliche Gruppen als Medieninhalt	
Spezifische Personen als Medieninhalt	
Umwelt/Ökologie als Medieninhalt	
Gesundheit als Medieninhalt	
Information als Medieninhalt	
Gewalt als Medieninhalt	
Unterhaltung als Medieninhalt	
Reality TV	
Musik	
Werbung als Medieninhalt	
PR als Medieninhalt	
Frauen in den Medien	
Kriege und Krisen als Medieninhalt	
Wahlkampf als Medieninhalt	

Tab. 1: (Fortsetzung)

Thema		
<i>Unterkategorie</i>	<i>Oberkategorie</i>	
(Medien-) Events als Medieninhalte		
Menschenrechte/Grundrechte als Medieninhalt		
Pornographie als Medieninhalt		
Propaganda als Medieninhalt		
Spezifische Medieninhalte und Ethik		
Usability spezifischer Medieninhalte		
Weitere Unterkategorien für „Spezifischer Medieninhalte“		
Interpersonelle Kommunikation	Kommunikationsformen und -wege	
Nonverbale Kommunikation		
Visuelle Kommunikation		
Online-Kommunikation		
Mobile Kommunikation		
Interne Kommunikation/Unternehmenskommunikation		
PR/Marketing		
Risikokommunikation		
Krisenkommunikation (von Unternehmen/Organisationen)		
Kommunikationsmanagement allg.		
Weitere Unterkategorien für „Kommunikationsformen und -wege“		
Internationale-/Transnationale Kommunikation		(Massen-) Kommunikation und Nation/Kultur
Interkulturelle-/Transkulturelle Kommunikation		
Mediensysteme		
Politische Systeme		
Rechtliche Rahmenbedingungen		
Regulierung von Medien (-angeboten)		
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen		
Qualität von Medien (-angeboten)		
Ästhetik von Medienangeboten		
Sprache in Medien		
Medien und (politische) Macht		
Medien und Realität		
Medien und (kulturelle/nationale) Identität		
Medienkultur allg.		
Populärkultur allg.		
Weitere Unterkategorien für „(Massen-) Kommunikation und Nation/Kultur“		

Tab. 1: (Fortsetzung)

Thema		
<i>Unterkategorie</i>	<i>Oberkategorie</i>	
Medien- und Kommunikationsgeschichte allg.	Wandel von (Massen-) Kommunikation und Medien	
Spezifische Epochen der Medien- und Kommunikationsgeschichte		
Technologieentwicklung/Innovation		
Medien und Wertewandel		
Gesellschaftlicher Wandel allg.		
Mediatisierung/Medialisierung		
Konvergenz		
Medienwandel allg.		
Geschichte und Wandel der PR/Wandel durch PR		
Globalisierung		
Weitere Unterkategorien des Wandels für „(Massen-) Kommunikation und Medien“		
Mediennutzung allg.		Medien/(Massen-) Kommunikation und Individuum
Motive der Mediennutzung		
Gratifikationen durch Mediennutzung		
Mediennutzung und Zeit		
Mediennutzung im Alter		
Mediennutzung in Kindheit und Jugend		
Mediennutzung und Ethik		
Medienkompetenz allg.		
Mediennutzung und Wissen		
Diffusion/Akzeptanz von Medien (-inhalten)		
Medien und Lernen/Medien in Lehre		
Wirkung von Medien (-inhalten)/(Massen-) Kommunikation auf Individuen allg.		
Spezifische Wirkungsfaktoren von Medien (-inhalten)/(Massen-) Kommunikation auf Individuen		
Weitere Unterkategorien für „Medien/(Massen-) Kommunikation und Individuum“		
Geschichte des Faches	Das Fach Kommunikationswissenschaft	
Schulen des Faches		
Themen des Faches		
Forschungsgebiete des Faches		
Methoden des Faches		
Theorien des Faches		
Modelle des Faches		
Terminologie des Faches		
Forschungsaktivität des Faches		
Publikationen des Faches		
Personen des Faches		
Debatten innerhalb des Faches		
Struktur des Faches allg.		
Wandlungsprozesse des Faches		

Tab. 1: (Fortsetzung)

Thema	
<i>Unterkategorie</i>	<i>Oberkategorie</i>
Interdisziplinarität des Faches	
Internationalität des Faches	
Status quo des Faches	
Wissenschaftlicher Nachwuchs des Faches	
Methodenentwicklung – Testung	
Theorieentwicklung	
Weitere Unterkategorien für „Das Fach Kommunikationswissenschaft“	
Weitere Themen	

Tab. 2: Forschungsbereiche der Kommunikationswissenschaft zur Einordnung von Forschungsprojekten

Forschungsbereiche
Journalismusforschung
Medienökonomie
Medieninhaltsforschung
Mediennutzungsforschung
Medienwirkungsforschung
Mediensoziologie
Internationale/Interkulturelle Kommunikation
Politische Kommunikation
Genderforschung
Cultural Studies
Medienpsychologie
Medienpädagogik
Public Relations
Medientheorie/Medienphilosophie
Medienethik
(Massen-)Kommunikation im gesellschaftlichen Kontext
Mediensystemforschung
Öffentlichkeitsforschung
Organisationsforschung
Historische Medien- und Kommunikationsforschung
Technologieforschung
Methodenforschung
Fachforschung
Weitere Forschungsbereiche

Das hier vorgestellte Instrument zur systematischen Abbildung der Forschungstätigkeit innerhalb der Kommunikationswissenschaft erfüllt die in Kap. 3 formulierten Anforderungen: 1) Seine differenzierte Struktur erlaubt die Abbildung des Facettenreichtums eines weitverzweigten Faches und bietet zugleich eine sinnvolle zusammenfassende Gliederung in thematische, theorie- und methodenfokussierte Oberkategorien sowie in breite

Tab. 3: Theorien kommunikationswissenschaftlicher Forschung in Unter- und Oberkategorien

Theorie	
<i>Unterkategorie (Beispiele)</i>	<i>Oberkategorie</i>
Gender Studies	Feministische Theorien
Gerechtigkeitsansatz	
Queer-Theorie	
Cyberfeminismus	
...	
Weitere Feministische Theorie	
Symbolischer Interaktionismus	Handlungstheorien
Theorie des rationalen Handelns	
Verhaltenstheorie	
Theorie sozialen Handelns	
...	
Weitere Handlungstheorie	
Individualistische Geschichtsschreibung	Historische Theorien
Strukturelle Geschichtsschreibung	
Oral History	
...	
Weitere Historische Theorie	
Theorientriangulation	Integrative Sozialtheorien
Strukturierungstheorie	
...	
Weitere integrative Sozialtheorie	
Gatekeeperforschung	Journalismustheorien
Nachrichtenwerttheorie	
...	
Weitere Journalismustheorie	
Radikaler Konstruktivismus	Konstruktivismus
Sozialkonstruktivismus	
...	
Weitere Konstruktivismustheorie	
Cultural Studies	Kulturtheorien
Dialektik der Aufklärung	
Medienkultur	
...	
Weitere Kulturtheorie	
Kritik der Kulturindustrie	Kritische Medien- und Kommunikationstheorien
Dialektik der Kommunikationsgesellschaft	
Marxistische Theorie	
...	
Weitere Kritische Medien- und Kommunikationstheorie	

Tab. 3: (Fortsetzung)

Theorie	
<i>Unterkategorie (Beispiele)</i>	<i>Oberkategorie</i>
Filmtheorie	Medientheorien
Radiotheorie	
Feldtheorie der Massenkommunikation	
Theorien des Medienwandels	
...	
Weitere Medientheorie	
Strukturelle Netzwerktheorie	Netzwerktheorien
Relationelle Netzwerktheorie	
...	
Weitere Netzwerktheorie	
Gesinnungspublizistik	Normative Theorien
Theorie des kommunikativen Handelns	
...	
Weitere Normative Theorie	
Strukturwandel der Öffentlichkeit	Öfflichkeitstheorien
Teilöffentlichkeiten	
Arenamodell	
Publizität	
Risikogesellschaft	
...	
Weitere Öffentlichkeitstheorie	
Neue Institutionsökonomie	Ökonomische Theorien
Theorie der rationalen Entscheidung	
Public und Special Interest Theorie	
Neue Politische Ökonomie	
...	
Weitere Ökonomische Theorie	
Entscheidungstheorie	Organisationstheorien
Neo-Institutionalismus	
...	
Weitere Organisationstheorien	
Intereffikationsansatz	PR-Theorien
Konzept der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit	
...	
Weitere PR-Theorie	
Pluralismustheorien	Politische Theorien
Macht- und Herrschaftstheorien	
Staatskonzeption	
Politische Systemtheorie	
Deliberative Demokratietheorie	
Clash of Cultures	
...	
Weitere Politische Theorie	

Tab. 3: (Fortsetzung)

Theorie	
<i>Unterkategorie (Beispiele)</i>	<i>Oberkategorie</i>
Inhibitionstheorie	Psychologische
Simulationstheorie	Medientheorien
Habitualisierungstheorie	
Katharsistheorie	
Kultivationshypothese	
Theorie der parasozialen Beziehungen	
Kognitive Dissonanz	
Mood Management	
...	
Weitere Psychologische Medientheorie	
Uses and Gratification	Rezeptions- und
Eskapismustheorie	Nutzungstheorien
...	
Weitere Rezeptions- und Nutzungstheorie	
Syntaxtheorie	Sprachtheorien
Sprachverwendungstheorie	
Phonemtheorie	
...	
Weitere Sprachtheorie	
Strukturell-funktionale Systemtheorie	Systemtheorien
Funktional-strukturelle Systemtheorie	
Kybernetik	
...	
Weitere Systemtheorie	
Virales Marketing	Werbetheorien
Diffusionsforschung	
Theorie des geplanten Verhaltens	
...	
Weitere Werbetheorie	
Agenda Setting	Wirkungstheorien
Knowledge Gap	
Kultivierung	
Framing	
Priming	
Schweigespirale	
Third-Person-Effect	
...	
Weitere Wirkungstheorie	
Semiologie	Zeichentheorien
Semiotik	
...	
Weitere Zeichentheorie	

Tab. 4: Methoden kommunikationswissenschaftlicher Forschung in Unter- und Oberkategorien

<i>Unterkategorie</i>	<i>Oberkategorie</i>
Qualitative Inhaltsanalyse	Inhaltsanalyse
Quantitative Inhaltsanalyse	
Visuelle Inhaltsanalyse	
Bildanalyse	
Dokumentenanalyse	
Logfile-Analyse	
Narrationsanalyse	
Textanalyse	
Diskursanalyse	
Konversationsanalyse	
Weitere inhaltsanalytische Methode	
Halbstandardisiertes Interview	Befragung
Fokussiertes Interview	
Problemzentriertes Interview	
Experteninterview	
Ethnographisches Interview	
Narratives Interview	
Lautes Denken	
Gruppendiskussion	
Quantitative Befragung	
Weitere Befragungsmethode	
Systematische Beobachtung	Beobachtung
Unsystematische Beobachtung	
Tagebuchuntersuchung	
Ethnografie	
Physiologische Messung	
Blickaufzeichnung	
Weitere Beobachtungsmethode	

Forschungsbereiche. 2) Es macht alle Nischen des Faches sichtbar; es lässt Erkenntnisse zu über Forschungsgegenstände, über spezifische theoretische und methodische Zugänge und die jeweilige Perspektive, aus der Gegenstände beleuchtet werden. 3) Das Instrument verschließt sich nicht der stetigen dynamischen Weiterentwicklung des Faches, weil es eine Vielzahl von Kombinationen auf der differenzierten Ebene der Unterkategorien erlaubt und überdies erweitert werden kann, ohne dabei seine Grundstruktur zu sprengen.

In der Konsequenz ergeben sich weitere positive Wirkungen: Verglichen mit den Kategorien des Reviewverfahrens ist es gelungen, durch die klare Definition der einzelnen Dimensionen (Thema, Theorie, Methode, Design, Forschungsbereich), durch differenzierte Formulierung von Unterkategorien und durch eindeutige Zuordnung zu Oberkategorien Trennschärfe zwischen den Dimensionen und Kategorien herzustellen. Damit kann eine transparente und nachvollziehbare Zuordnung einzelner Projekte zum Beispiel in Reviewverfahren erreicht werden. Dem Facettenreichtum auf der einen Seite steht eine

Tab. 5: Design kommunikationswissenschaftlicher Forschungsprojekte

Forschungsdesign
Sekundäranalyse
Metaanalyse
Experimentelle Untersuchung
Expliziter Vergleich spezifischer Gegenstände
Internationaler Vergleich
Theoriegenerierende Untersuchung
Methodengenerierende/Methodentestende Untersuchung
Grounded Theory
Triangulation
Netzwerkanalyse
Weitere Forschungsdesigns

sinnvolle Zusammenfassung auf der anderen Seite gegenüber, die quantitative Auswertungen künftiger Erhebungsdaten gewährleistet. Damit ist erreicht, was Peiser, Hastall und Donsbach in der Vorstellung ihrer Studie vor knapp 10 Jahren noch vermissten: Die Systematik ermöglicht „traditionellen Generalisten“ ebenso wie „Vertreter[n] neuerer, spezieller Forschungsbereiche“ (2003, S.333) eine Identifikation mit dem großen Gebäude der Kommunikationswissenschaft, weil es ihre Forschungsaktivitäten gleichermaßen differenziert und vor allem gleichwertig erfasst. Eine Zusammenfassung schafft zugleich eine übersichtliche und damit vereinfachte systematische Darstellung von Forschungstätigkeiten des Faches nach innen wie nach außen, und zwar nicht nur punktuell, sondern langfristig. Mit der präsentierten Systematisierung liegt ein Kategoriensystem vor, das sich auch für Längsschnittanalysen innerhalb der Fachgesellschaft eignet. Nur wiederholt erhobene vergleichbare Daten führen zu aussagekräftigen Befunden über die inhaltliche Entwicklung und die Forschungsaktivität des Faches. Befunde dieser Art sind für das Selbstverständnis des Faches genauso bedeutsam wie für seine Geltung als gesellschaftlich relevante Wissenschaft.¹⁷

Dass die Systematik zur Darstellung der Kommunikationswissenschaft und ihrer Forschungstätigkeit nach innen und außen hier so ausführlich vorgestellt wird, bedeutet nicht, dass diese Systematik nicht diskutier- und verhandelbar ist. Ausführlich präsentiert wird sie, um einerseits die Relevanz eines solchen Instrumentes zu verdeutlichen und um andererseits eine konkrete Diskussionsgrundlage zu liefern, einen Grundstein, auf dem ein komplexes Gebäude fußen kann.

¹⁷ Allerdings sollte seine Anwendung dem jeweiligen Zweck entsprechend (Reviewverfahren oder Befragung) angepasst werden. Während es für ein Reviewverfahren sinnvoll erscheint, je Forschungsprojekt bis zu drei Themen, Theorien und Methoden zu erfassen, kann eine Befragung mit Blick auf quantitative Auswertungsmöglichkeiten beispielweise je Forschungsprojekt ein Hauptthema und ein oder zwei Nebenthemen erfragen, eine dominierende Theorie und zwei ergänzende Theorien sowie die dominierende Methode und zwei ergänzende Methoden.

Literatur

- Altmeppen, K.-D., Hanitzsch, T., & Schlüter, C. (Hrsg.). (2007). *Journalismustheorie: Next Generation: soziologische Grundlegung und theoretische Innovation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Altmeppen, K.-D., Weigel, J., & Gebhard, F. (2011). Forschungslandschaft Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ergebnisse der ersten Befragung zu den Forschungsleistungen des Faches. *Publizistik*, 56, 373–398.
- Bentele, G., Brosius, H.-B., & Jarren, O. (Hrsg.). (2006). *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Brosius, H.-B. (1998). Publizistik und Kommunikationswissenschaft im Profil. Wer publiziert in Publizistik und Rundfunk und Fernsehen? *Rundfunk und Fernsehen*, 46, 333–347.
- Brosius, H.-B., & Haas, A. (2009). Auf dem Weg zur Normalwissenschaft. Themen und Herkunft der Beiträge in Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 54, 168–190.
- Burkart, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft* (4. Aufl.). Wien: Böhlau.
- Donsbach, W., Laub, T., Haas, A., & Brosius, H.-B. (2005). Anpassungsprozesse in der Kommunikationswissenschaft. Themen und Herkunft der Forschung in den Fachzeitschriften Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 53, 46–72.
- Hohlfeld, R., & Neuberger, C. (1998). Profil, Grenzen und Standards der Kommunikationswissenschaft. Eine Inhaltsanalyse wissenschaftlicher Fachzeitschriften. *Rundfunk und Fernsehen*, 46, 313–332.
- Huber, N. (2010). *Kommunikationswissenschaft als Beruf. Zum Selbstverständnis von Professoren des Faches im deutschsprachigen Raum*. Köln: Herbert von Halem.
- Kunczick, M., & Zipfel, A. (2005). *Publizistik* (2. Aufl.). Köln: Böhlau.
- Lauf, E. (2001). Publish or parish? Deutsche Kommunikationsforschung in internationalen Fachzeitschriften. *Publizistik*, 46, 369–382.
- Löblich, M. (2010). *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publikations- und Zeitungswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem.
- Maletzke, G. (1984). *Bausteine zur Kommunikationswissenschaft: 1949–1984. Ausgewählte Aufsätze zu Problemen, Begriffen, Perspektiven*. Berlin: Wissenschaftsverlag Spiess.
- Maletzke, G. (1988). *Massenkommunikationstheorien*. Tübingen: Niemeyer.
- Maletzke, G. (1998). *Kommunikationswissenschaft im Überblick: Grundlagen, Probleme, Perspektiven*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meier, K. (2011). *Journalistik* (2. Aufl.). Konstanz: UVK.
- Meyen, M. (2007). Die „Jungtürken“ der Kommunikationswissenschaft. Eine Kollektivbiographie. *Publizistik*, 52, 308–328.
- Meyen, M., & Löblich, M. (2007). *„Ich habe dieses Fach erfunden“. Wie die Kommunikationswissenschaft an die deutschsprachigen Universitäten kam. 19 biographische Interviews*. Köln: Herbert von Halem.
- Meyen, M., & Löblich, M. (2006). *Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Peiser, W., Hastall, M., & Donsbach, W. (2003). Zur Lage der Kommunikationswissenschaft und ihrer Fachgesellschaft. Ergebnisse der DGPK-Mitgliederbefragung 2003. *Publizistik*, 48, 310–339.
- Prommer, E., Lünenborg, M., Matthes, J., Mögerle, U., & Wirth, W. (2006). Die Kommunikationswissenschaft als „gendered organization“. Geschlechtsspezifische Befunde zur Situation des wissenschaftlichen Nachwuchses. *Publizistik*, 51, 67–91.
- Pürer, H. (2003). *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK.

- Riesmeyer, C., & Huber, N. (2011). *Karriereziel Professorin. Wege und Strategien in der Kommunikationswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem.
- Ronneberger, F. (1988). Zur Lage der Publizistikwissenschaft. Ein Essay. In: W. Langenbacher (Hrsg.), *Publizistik und Kommunikationswissenschaft. Ein Textbuch zur Einführung in ihre Teildisziplinen* (S. 82–89). Wien: Braumüller.
- Weber, S. (2010). *Theorien der Medien: von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus* (2. Aufl.). Konstanz: UVK.
- Wissenschaftsrat. (2007). *Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland*. Oldenbourg: Wissenschaftsrat. (Drs. 7901–07).

Dr. Klaus-Dieter Altmeyen ist Professor am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK).

Annika Franzetti, Dipl. Journ., ist Lehrkraft für besondere Aufgaben am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Tanja Kössler, Dipl. Journ., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Studiengang Journalistik der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.