

Philomen Schönhagen, Joachim Trebbe

Der Stellenwert eines sozialwissenschaftlichen Methodenkanons in der Kommunikations- und Medienwissenschaft der Schweiz

Der Artikel versteht sich in zweifacher Hinsicht als Diskussionsbeitrag. Zum einen geht es um die Definition und das praktische Verständnis des Fachgegenstandes in der Schweizerischen Kommunikations- und Medienwissenschaft. Dafür wird eine Unterscheidung zwischen Material- und Formalobjekt getroffen, die nach der Meinung der Verfasser helfen kann, dem Fach in der Schweiz Kohärenz und Profil zu geben. Zum zweiten wird für eine Standardisierung der kommunikationswissenschaftlichen Methodenausbildung in den sozialwissenschaftlichen Studiengängen und eine eindeutige methodologische Verortung in den sprach-, kultur- und wirtschaftswissenschaftlich ausgerichteten Studiengängen plädiert.

Für den Beitrag wurden im Frühjahr 2005 die Studienpläne derjenigen Hochschulinstitute inspiziert, die sich explizit der Schweizerischen Kommunikationswissenschaft zurechnen und/oder im Evaluationsbericht des Faches aus dem Jahr 2004 berücksichtigt wurden. Das Ergebnis dieser Durchsicht wurde im Hinblick auf die zwei oben genannten Aspekte zusammengestellt und systematisiert.

1 Einführung

Im Rahmen der diesjährigen Jahrestagung der SGKM hat Werner Wirth (Zürich) eine Diskussion um die *Kanonisierung der Methodenausbildung* im Fach Medien- und Kommunikationswissenschaft in der Schweiz angeregt. Eine entsprechende Initiative mündete in der Deutschen Schwestergesellschaft DGPK bereits in ein Grundsatzpapier zur Methodenlehre. Wie darin festgestellt wird, kommt «den Methoden innerhalb der Erfahrungswissenschaften eine Schlüsselstellung zu» (Empirische Methodenlehre o. J.: 1). Daher leistet eine *umfassende Methodenlehre* einen *wesentlichen und unverzichtbaren Beitrag zur Qualität* jedes sozialwissenschaftlichen und somit auch des kommunikationswissenschaftlichen Studiums. «Die Ausbildung des akademischen Nachwuchses in (...) Methoden ist von zentraler Bedeutung nicht nur für die kompetente Forschungsarbeit, sondern auch für die Tradierung der methodischen Erkenntnisse des Faches von einer Wissenschaftlergeneration zur nächsten, letztlich also für die Statuserhaltung der Disziplin und die Weiterentwicklung des Faches. Aber auch für Absolventen, die nicht die wissenschaftliche Laufbahn einschlagen, ist eine qualifizierte Methodenlehre unerlässlich» (Empirische Methodenlehre o. J.: 2). Um diesbezüglich einen Qualitätsstandard sichern zu können, erscheint eine Verständigung innerhalb des Faches über eine zumindest im Kern einheitliche Methodenausbildung geboten (vgl. auch Wirth 2003: 11).

Vor diesem Hintergrund sowie im Hinblick auf den Evaluationsbericht der internationalen Expertenkommission der Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz, der im August vergangenen Jahres vorgelegt wurde (vgl. Evaluationsbericht 2004), soll im Folgenden grundsätzlich die Möglichkeit eines (sozialwissenschaftlichen) Methodenkanons diskutiert werden. Dabei sind

selbstverständlich die *Schweizer Besonderheiten*, insbesondere die starke *Heterogenität* der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studienangebote (vgl. Evaluationsbericht 2004: 5), zu berücksichtigen.

Die Expertenkommission empfiehlt dem Fach angesichts der aktuellen Situation einerseits eine «klare Arbeitsteilung» zwischen den verschiedenen Fachinstitutionen sowie eine «Profilierung», andererseits sollen «starke und unabhängige Institutionen dort zusammen arbeiten, wo es wirklich geboten ist» (Evaluationsbericht 2004: 13, 14). Die folgende Diskussion (siehe 2.) und der damit verbundene Blick in die Methodenangebote der verschiedenen Studiengänge (Punkt 3) sollen somit auch erste Hinweise liefern, wie diese Forderungen bezüglich der Methodenausbildung konkretisiert werden könnten (siehe Punkt 4).

2 Zum Zusammenhang zwischen Methodenausbildung und Fachgegenstand

Will man sinnvoll über einen Methoden-«Kanon», also eine «Richtschnur» bzw. einen «Leitfaden» (vgl. Wahrig 1997: 708) für die Methodenausbildung in der Schweizer Medien- und Kommunikationswissenschaft diskutieren, so muss man unserer Ansicht nach zunächst einen Schritt hinter diese Frage zurück treten und sich über den Gegenstand des Faches Klarheit verschaffen. Dies schon deshalb, weil für die Frage nach den zentralen Methoden vor allem ihre *Gegenstandsangemessenheit* ausschlaggebend ist. Eine solche Klärung ist umso mehr angesichts der oben angesprochenen Heterogenität des Faches in der Schweiz geboten. Denn wenn diese Vielfalt auf unterschiedlichen Fachverständnissen bzw. Zugängen zum Gegenstandsbereich beruht, dann würden daraus notwendigerweise unterschiedliche Anforderungen an die Methodenausbildung und methodische Herangehensweisen resultieren. Das jedoch würde die

Definition eines einheitlichen Methoden-Kanons erheblich erschweren, wenn nicht gar verunmöglichen bzw. würde es u. U. erforderlich machen, für die jeweiligen Fachrichtungen eigene Kanones zu formulieren.

Für diese Frage nach der oder den herrschenden Fachauffassung(en) ist es hilfreich, ein Begriffspaar aus der Wissenschaftstheorie heranzuziehen, das schon früher von Ulrich Saxer sowie Hans Wagner in die Diskussion um den Fachgegenstand eingeführt (vgl. Glotz 1990: 250) und in jüngerer Zeit von Heinz Bonfadelli und Otfried Jarren (2001: 7) wieder aufgegriffen wurde: die Unterscheidung zwischen Material- und Formalobjekt. Entsprechend der Bezeichnung der Fachgesellschaft werden die unterschiedlichen Studienangebote in der Schweiz, die sich mit Medien und gesellschaftlicher Kommunikation befassen, meist unter der Bezeichnung Kommunikations- und Medienwissenschaft zusammengefasst. Handelt es sich dabei nun um ein Fach mit einem einheitlichen Fachverständnis? Zunächst findet hier einmal eine Bestimmung über die *Materialobjekte* «Medien» und «Kommunikation» statt. Versuche, wissenschaftliche Disziplinen derart bzw. «durch die Aufzählung von einzelnen (Massen-) Medien wie Presse, Buch, Radio, Fernsehen, Film oder Online-Medien» (Bonfadelli/Jarren 2001: 7) zu definieren, sind jedoch nach Ansicht vieler Autoren zum Scheitern verurteilt.

So hat Peter Glotz schon vor 15 Jahren betont: «Eine selbständige Wissenschaft ergibt sich nicht durch die reine Summation der Gegenstände. (...) Ein solches Vorgehen wäre vergleichbar mit dem Versuch, Anthropologie, Philosophie, Medizin und ein Dutzend weiterer Wissenschaften zu einer «Menschenwissenschaft» zusammenzufassen und diese dann mit der unbestreitbaren Wichtigkeit der Erforschung des «Menschen» zu begründen» (Glotz 1990: 250). Vielmehr benötige eine wissenschaftliche Disziplin eine «eigene «Sichtweise», eine besondere Blickrichtung auf das Material» (ebd.), also ein *Formalobjekt*, das sie auch

von Nachbardisziplinen unterscheidbar macht, die sich mit denselben Gegenständen aus anderen Perspektiven befassen. Bezüglich der Materialobjekte «Medien» und «Kommunikation» wären dies beispielsweise die Biologie, die Informatik, die Kunstwissenschaft, Sprachwissenschaften etc. (siehe Abb. 1).

Franz Ronneberger warnte bereits im Jahre 1978, dass eine Bestimmung des Fachgegenstandes über den allgemeinen Begriff «Kommunikation» – heute kann man ergänzen: über den Begriff «Medien» – zu Konturlosigkeit führe. Schlimmer noch, ein Verlust an Glaubwürdigkeit, die «Annexion bzw. Okkupation von Teilbereichen durch die Nachbarwissenschaften» und eine «Vernachlässigung der theoretischen Anstrengungen zur Ermittlung eines spezifischen Gegenstandsbereiches» – eben im Sinne eines Formalobjektes – seien zu befürchten. Dergestalt sei «Kommunikationswissenschaft nicht mehr als eine Sammelsuriums- oder bestenfalls Dachwissenschaft für ein ziemlich grosses Gebäude, in dem sich die Mieter untereinander nicht kennen. Oder anders formuliert: Kommunikationswissenschaft ist nichts anderes als ein Ausdruck für interdisziplinäre Beschäftigung mit «Kommunikation», was immer dies im Einzelnen meint» (Ronneberger 1978: 15/16, 17).¹ Letztlich würden daraus *Rechtfertigungsprobleme* und eine echte *Existenzgefährdung* für unser Fach resultieren.

Auch Klaus Schönbach hat in seinem Eröffnungsvortrag bei der diesjährigen SGKM-Tagung erneut betont, dass die Zukunft des Faches wohl eher nicht in der verstärkten Integration unterschiedlicher Perspektiven, namentlich von sozialwissenschaftlicher Kommunikationswissenschaft auf der einen Seite und «media studies» auf der anderen Seite, liege.²

Wenn demnach wissenschaftliche Disziplinen sinnvoll nur über ein spezifisches Formalobjekt zu definieren sind, so stellt sich die Frage, ob die Kommunikations- und Medienwissenschaft über eine klar definierte und einheitliche Perspektive verfügt. Ronneberger (1978) ebenso wie Glotz konstatierten diesbezüglich noch «erhebliche Unklarheit» (Glotz 1990: 250). Wie stellt sich dies heute in der Schweiz dar? Konsultiert man die Statuten der SGKM (Art. 3.1), so scheint einheitlich die «Analyse öffentlicher Kommunikation» mit einer vornehmlich «sozialwissenschaftliche[n] Ausrichtung» das Fach zu prägen. Betrachtet man jedoch die einzelnen Studienangebote und Fachinstitutionen näher (vgl. u. a. Medienwissenschaft Schweiz 2003), so ergibt sich ein weniger eindeutiges Bild ihrer Ausrichtung und wissenschaftlichen Perspektive(n).

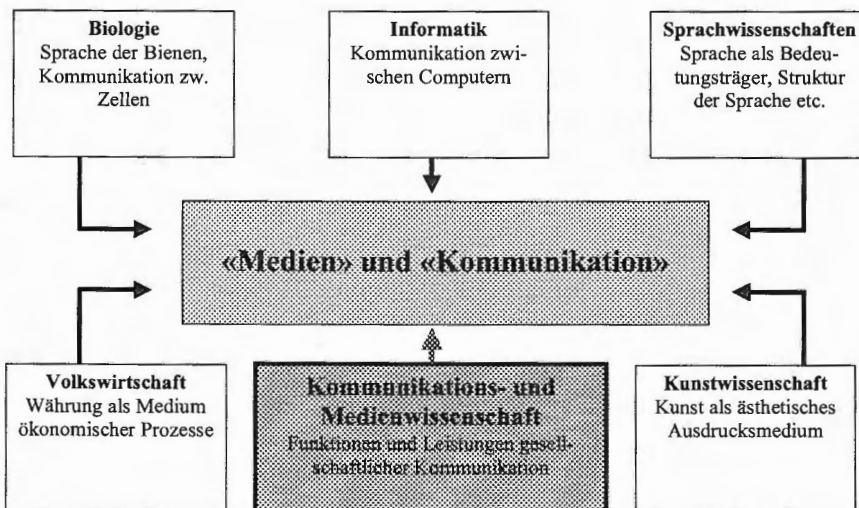


Abbildung 1: Medien und Kommunikation als «Materialobjekt»

Der *gemeinsame Bezugspunkt* scheint dann vielmehr sehr weit gefasst die *Beschäftigung mit «Medien» und «Kommunikation»* zu sein.

Besteht somit in der Schweiz (auch bezüglich Deutschlands liesse sich das mit einiger Berechtigung fragen) die Gefahr, das Fach Kommunikations- und Medienwissenschaft an seinen Materialobjekten festmachen zu wollen, es zu einer ›Sammelsuriumswissenschaft‹ auszuweiten? Das kann im Rahmen dieses Aufsatzes letztlich nicht geklärt werden. Anhand des Methodenangebotes in den verschiedenen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengängen in der Schweiz, das im nächsten Abschnitt vorgestellt wird, können aber eventuell weitere Indizien gesammelt werden.

Womöglich liegen auch gerade in der Heterogenität und den verschiedenen Fachperspektiven Ansatzpunkte für die im Evaluationsbericht geforderte klare Arbeitsteilung bzw. *Profilierung* – unter anderem auch durch eine kanonisierte Methodenausbildung. Denn wie sich in den Statuten der SGKM andeutet, scheint es innerhalb des Faches in der Schweiz in jedem Fall ein Profil (wohl neben anderen, für uns noch weniger klar ersichtlichen Ausrichtungen) im Sinne einer *sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft* zu geben. Als Formalobjekt kann hier, grob formuliert, die Frage nach dem Funktionieren je aktueller, sozialer Kommunikation gelten, etwas genauer gesagt die Analyse von Funktionen und Leistungen sowie Rahmenbedingungen gesellschaftlicher, vor allem öffentlicher bzw. veröffentlichter Kommunikation.

Innerhalb dieser Ausrichtung des Faches müssten folglich eindeutig sozialwissenschaftliche Methoden im Zentrum stehen – zu verstehen im Sinne eines gegenstandsadäquaten Methodenpluralismus und nicht eines naiven Empirizismus³, wobei verstehende und qualitative Verfahren ebenso selbstverständlich sein sollten wie quantitative Methoden.⁴

Ob dies tatsächlich der Fall ist und für welche Studienangebote bzw. Fachinstitutionen das gilt, soll die nun folgende Übersicht über die Methodenveranstaltungen in den einzelnen Studiengängen zeigen. Möglicherweise sind daran auch andere Fachperspektiven ablesbar, was weitere Schlussfolgerungen im Hinblick auf die Profilierung (der Methodenlehre) ermöglichen würde.

3 Methodenlehre in den kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengängen an Schweizer Hochschulen: der Status quo im Überblick

Die im Folgenden dargestellte Übersicht ist provisorisch und lückenhaft. Sie beruht auf einer Inspektion der Angebote der untersuchten Institute bzw. Studiengänge im WWW, ggf. mit telefonischer Nachfrage. Die Informationsdichte der vorgefundenen Inhalte ist dabei durchaus unterschiedlich. Das Spektrum reicht von der Angabe aller Kurse, Übungen und Vorlesungen des laufenden (hier: Sommer 2005) und der kommenden Semester bis hin zu knapp formulierten Selbstdarstellungen ohne Kursangebot und dem Hinweis auf einen momentanen Umbau des Angebots.⁵

Hochschule	Studiengang	Sprache	Ausrichtung	Fakultät
Bern	Kommunikations- und Medienwissenschaft	deutsch	Sozwiss.	WiSo
Fribourg	Sociologie / Medien- und Komm.wiss.	fr./dt.	Sozwiss.	WiSo
Genf	Sciences de la communication et des médias	französisch	Sozwiss.	WiSo
Lausanne	Sozialwissenschaften (sciences sociales)	französisch	Sozwiss.	SoPol
Luzern	Gesellschafts- und Kommunikationswissenschaften	deutsch	Sozwiss.	Geisteswiss.
Zürich (FH)	Angewandte Psychologie (HAP)	deutsch	Sozwiss.	FH
ZH Winterthur (FH)	Studiengang Kommunikation (IAM)	deutsch	Sozwiss.	FH
Zürich	Publizistikwissenschaft	deutsch	Sozwiss.	Philos.
Chur (FH)	IMK-Lehrgang Medien	deutsch	Sprachwiss.	FH
Lugano	Scienze della comunicazione	italienisch	Sprachwiss.	KW
Neuchâtel	Journalisme et communication	französisch	Sprachwiss.	Geisteswiss.
Lugano	Master Medienmanagement	italienisch	Wiwiss	KW
Luzern (FH)	Wirtschaftskommunikation	deutsch	Wiwiss	FH
Oltten/Solothurn (FH)	Corporate Communication Management	deutsch	Wiwiss	FH
St. Gallen	MBA Medien	englisch	Wiwiss	BWL
Basel	Medienwissenschaft	deutsch	Kulturwiss.	Philos.-Hist.
St. Gallen	Kulturfach Medien	deutsch	Kulturwiss.	Kulturwiss.

Tabelle 1: Kommunikations- und medienwissenschaftliche Studiengänge

Für diese erste Durchsicht der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge in der Schweiz soll die Auswahl so wenig wie möglich eingeschränkt werden. Alle Institute, die an der Selbstevaluation der Schweizer Medien- und Kommunikationswissenschaft 2003/2004 teilgenommen haben (vgl. Gysin u. a. 2004), werden zunächst in dieser Auswahl berücksichtigt. Darüber hinaus haben wir diejenigen Angebote einbezogen, die sich explizit auf den Medien- oder Kommunikationsbegriff beziehen. So lassen sich auf der Ebene der Hochschul- und Fachhochschulstudiengänge insgesamt n = 17 in diesem Sinne medienbezogene Curricula identifizieren (vgl. Tabelle 1 auf der vorherigen Seite).

In einem ersten Schritt der Durchsicht wurde geprüft, inwieweit eine Zuordnung des Angebotes zu einer disziplinären Ausrichtung möglich ist. Dabei wurde zwischen sozialwissenschaftlichen, sprachwissenschaftlichen, wirtschaftswissenschaftlichen und kulturwissenschaftlichen Perspektiven unterschieden. Insgesamt konnten auf diese Weise acht Studiengänge identifiziert werden, die man auf der Basis der vorliegenden Informationen als *sozialwissenschaftlich* bezeichnen kann. Dabei handelt es sich um die stark soziologisch orientierten und frankophon angebotenen Curricula in Genf, Lausanne und Fribourg, die kommunikations- bzw. publizistikwissenschaftlichen Studiengänge in Zürich und Fribourg (deutschsprachig), das Nebenfachangebot in Bern, sowie den integrierten Studiengang für Gesellschafts- und Kommunikationswissenschaften in Luzern und die Fachhochschulangebote in Winterthur (Institut für angewandte Medienwissenschaft – IAM) und Zürich (Hochschule für angewandte Psychologie – HAP).

Sprachwissenschaftlich sind nach unserer Recherche das Angebot für Journalisme et communication in Neuchâtel, der Lehrgang Medien in Chur und der Studiengang Scienze della comunicazione in Lugano. In Lugano allerdings wird darüber hinaus auch ein Studiengang mit *wirtschaftswissenschaftlicher* Ausrichtung (Medienmanagement) an der einzigen Fakultät für Kommunikationswissenschaften in der Schweiz angeboten. Ebenfalls eher ökonomisch ausgerichtet sind die Angebote in Luzern (FH), Olten/Solothurn (FH) und St. Gallen. *Kulturwissenschaftlich* orientiert sind die Studiengänge Medienwissenschaft in Basel und das Kulturfach Medien in St. Gallen.

Selbstverständlich ist nicht zu erwarten, in einem so heterogenen Angebotsfeld einen homogenen Methodenkanon vorzufinden (Tabelle 2). Versucht man zunächst die in den Eigenbe-

schreibungen mit dem Stichwort «Methoden» beschriebenen Kurse zu sortieren, kann man in den untersuchten Studiengängen insgesamt 62 Veranstaltungen finden, von denen der grösste Teil (n=22) spezifisch, d. h. auf konkrete Methoden oder Forschungsfelder bezogen ist. Dabei reicht das Spektrum von Kursen zur Konversationsanalyse über Evaluationsforschung bis hin zur Onlineforschung. Kurse, die sich explizit mit Datenanalyse bzw. statistischen Verfahren beschäftigen, liegen mit n = 15 an zweiter Stelle, gefolgt von Einführungsveranstaltungen zu empirischen Methoden bzw. Methodologien. Sozialwissenschaftliche Datenerhebungskurse und -übungen sind mit n = 5 vergleichsweise selten vertreten – Datenerhebungsverfahren scheinen vor allem in den spezifischen Methodenkursen, also anhand eines konkreten Forschungsproblems behandelt zu werden.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass in den meisten Studiengängen die Methodenausbildung explizit im Kontext konkreter Forschungsfragen und Forschungsobjekte erfolgt. Ein gestaffelter, am sozialwissenschaftlichen Forschungsprozess orientierter Methodenkanon mit ergänzenden Angeboten zur Forschungspraxis dürfte in den meisten Instituten eher die Seltenheit sein.

Geht man an dieser Stelle noch einen Schritt weiter und gruppiert die Studiengänge nach ihrer grundlegenden Ausrichtung in sozialwissenschaftliche Angebote auf der

Veranstaltungstyp	Anzahl
(Keine)	3
Einführung / Methodologie	12
Datenerhebung	5
Unspezifisch	1
Konkrete DE-Verfahren	4
Datenanalyse / Statistik	15
Unspezifisch	13
Konkrete DA-Verfahren	2
Spezielle Methoden / XY-Analyse	22
Unspezifisch	8
Evaluationsforschung	3
Nutzungsforschung	1
Film-/Bild-Analyse	3
Argumentationsanalyse	1
Kommunikationsanalyse	1
Semiotik	1
Konversationsanalyse	1
Textanalyse	2
Online-Forschung	1
Forschungspraxis	3
Nicht zuzuordnen	2
Gesamt	62

Tabelle 2: Grundtypen der Lehrveranstaltungen

Veranstaltungstyp	Sozialwissenschaftlich							
	BE	FR	GE	Lausanne	LU	IAM (FH)	HAP (FH)	ZH
Einführung / Methodologie	X	X		X	X	X	X	X
Datenerhebung		X	X					X
Datenanalyse / Statistik	X	X	X				X	X
Spez. Methoden		X	X	X			X	X
Forschungspraxis			X					X
Gesamt	2	7	10	6	2	1	6	7

Tabelle 3: Methodenveranstaltungen in den Studiengängen (Lehrveranstaltungen – auch mehrstündige – wurden jeweils nur einmal zugeordnet)

einen und sprach-, kultur- und wirtschaftswissenschaftliche auf der anderen Seite, kann man zumindest zwei Dinge festhalten (Tabelle 3):

Erstens: Das Bild ist bei den sozialwissenschaftlichen Instituten sehr lückenhaft. Orientiert man sich an einer groben Einteilung von a) der Einführung in die Methoden bzw. Methodologie über b) Datenerhebungsverfahren bis c) Datenanalyse/Statistik mit d) zusätzlichen Angeboten zu spezifischen Methoden und zur Forschungspraxis⁶, so wird bisher nur am IPMZ in Zürich die ganze Bandbreite der Methodenausbildung angeboten. Auch wenn bei den anderen Instituten viele Angebote gemacht werden, so kann doch von Vergleichbarkeit bzw. Kanonisierung bisher keine Rede sein. Weder Datenerhebungsmethoden noch Grundlagen der Statistik/Datenanalyse gehören bei diesen Instituten zum Standardprogramm im Rahmen ihrer kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengänge.

Zweitens: Bei den nicht primär als sozialwissenschaftlich angesehenen Studiengängen ist das Bild noch lückenhafter. Es war hier zwar nicht zu erwarten, auf eine explizit sozialwissenschaftliche Methodenausbildung zu treffen, jedoch ggf. auf einen eigenen methodologischen Kontext bzw. seine Verortung aus der jeweiligen Fachperspek-

tive oder zumindest Einführungsveranstaltungen, die auf eine grundlegende Vermittlung der Herangehensweisen an den Fachgegenstand schliessen lassen. Dies ist nach unserer Durchsicht jedoch nicht der Fall. Einzige die Veranstaltungen zur Datenanalyse/Statistik, die nicht notwendig eine kommunikationswissenschaftliche Perspektive aufweisen müssen, sind in der Mehrheit der Curriculae vertreten.

Eine tiefer gehende Interpretation der Rechercheergebnisse würde an dieser Stelle sicher zu weit gehen. Dennoch hat die Durchsicht deutlich gezeigt, dass es im Rahmen der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge *keine einheitliche Systematik in der Methodenausbildung* gibt. In der Gruppe der primär sozialwissenschaftlich ausgerichteten Studienangebote sind Ansätze für ein breites bzw. gestaffeltes Angebot vorhanden, jedoch ist kaum ein Kursangebot mit dem anderen vergleichbar. Das Lernen am konkreten Forschungsproblem ist vorherrschend. Dies ist zwar durchaus wünschenswert, ohne vorgängige Grundlagenvermittlung jedoch nur begrenzt sinnvoll, wenn nicht gar bedenklich. In den nicht sozialwissenschaftlich ausgerichteten Studiengängen ist die Situation aus einer methodologischen Perspektive weitaus unübersichtlicher – eine eindeutige, methodisch-konzeptionelle Basis lässt sich vielerorts kaum identifizieren.

Veranstaltungstyp	Sprachwissenschaftlich			Wirtschaftswissenschaftlich				Kulturwissen.	
	Chur	Lugano	NE	Lugano	Luzern	Olten	SG	Basel	SG
Einführung / Methodologie							X		
Datenerhebung					X				
Datenanalyse / Statistik		X	X	X	X			X	
Spez. Methoden		X		X				X	
Forschungspraxis			X						
Nicht zuzuordnen					X				
Gesamt	0	5	2	2	6	0	1	3	0

Tabelle 3 (Forts.): Methodenveranstaltungen in den Studiengängen II

4 Zusammenfassung und Diskussion

Das Fach Medien- und Kommunikationswissenschaft wird in der Schweiz aus *mindestens vier unterschiedlichen Perspektiven* betrieben. Die sozialwissenschaftliche Perspektive ist dabei mehrheitlich vertreten, aber auch sprach-, kultur- und wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge reklamieren für sich den Fachgegenstand Medien und Kommunikation. Die Formalobjekte, die jeweils im Zentrum der Lehr- und Forschungstätigkeiten stehen, unterscheiden sich zum Teil erheblich zwischen den Studiengängen und sind darüber hinaus nicht immer eindeutig zu identifizieren – jedenfalls nicht auf der Basis einer Durchsicht der Lehrveranstaltungsangebote. Hier wäre, im Sinne des eingangs angesprochenen Evaluationsberichts, eine stärkere Profilierung der verschiedenen Fachausrichtungen wohl geboten.

Innerhalb der sozialwissenschaftlichen Angebote lässt sich bisher weder eine einheitliche Struktur noch ein umfassendes Angebot sozial- und genuin kommunikationswissenschaftlicher Methodenkurse identifizieren. Die Vermittlung von Methodenkompetenzen ist vielerorts sehr stark an die spezifischen Forschungsinteressen und Forschungsgegenstände der Dozierenden gebunden. Ein am Forschungsprozess orientierter, vielfältiger Methodenkanon ist bisher nur vereinzelt in den Instituten realisiert – und hier vor allem in denjenigen Einrichtungen, die aufgrund ihrer Grösse in der Lage sind, für eine solche Profilierung die entsprechenden Ressourcen einzusetzen.

In den schwerpunktmässig nicht sozialwissenschaftlichen Studiengängen wird auf methodische und methodologische Grundlagen vergleichsweise selten Bezug genommen. Entsprechende Kursangebote finden sich vor allem im Bereich Datenanalyse und Statistik. Eine systematische Lehre in den Datenerhebungsmethoden ist nicht vorhanden.

Somit wird deutlich, dass bei der Methodenausbildung klar eine *Profilierung* ansetzen könnte. Das Profil der sozialwissenschaftlich bzw. publizistik- und kommunikationswissenschaftlich ausgerichteten Studiengänge könnte durch die Sicherstellung eines Mindestangebotes an entsprechenden Methodenveranstaltungen deutlich geschärft werden. Hierbei wäre – nicht nur mit Blick auf die Mobilität der Studierenden, sondern auch hinsichtlich des Fachprofils sowie des Arbeitsmarktes – eine gewisse Vereinheitlichung (im Sinne eines «Kanons») durchaus angebracht. Gleichzeitig könnten auch mittels des Methodenangebots die Unterschiede zwischen diesen Studiengängen und jenen, die eine andere Perspektive vermitteln, deutlicher herausgestellt werden. Das wäre nicht zuletzt für die Orientierung der Interessenten äusserst hilfreich, auch um falsche Erwartungen an das gewählte Studium zu vermeiden. Diesbezüglich wäre es weiter wünschenswert, für die nicht sozialwissenschaftlichen Angebote eine grössere Transparenz im Hinblick auf ihre methodo-

logischen Grundlagen sowie die Fachperspektive (Formalobjekt) herzustellen.

Schliesslich sei angemerkt, dass die hier angeregte stärkere Profilierung und Systematisierung der Methodenausbildung selbstverständlich auch ein zentraler Ansatzpunkt zur *Sicherung bzw. Verbesserung der Qualität des Studiums* ist. Methodenkenntnisse sind nicht nur unverzichtbar für ein erfolgreiches Studium sowie dessen Abschluss, sondern stellen zudem eine keinesfalls zu vernachlässigende Kernkompetenz in vielen Berufsfeldern dar, für welche die kommunikations- und medienwissenschaftlichen Studiengänge eine Vorbereitung darstellen.

Philomen Schönhagen hat in Bochum und München Kommunikationswissenschaft studiert, 1997 in München promoviert, und ist nach ihrer Habilitation 2002 dem Ruf auf eine assoziierte Professur für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Freiburg (Schweiz) gefolgt.

philomen.schoenhagen@unifr.ch

Joachim Trebbe hat in Göttingen Sozialwissenschaften mit Schwerpunkt Publizistik- und Kommunikationswissenschaften studiert, 1996 in Berlin promoviert und ist seit 2003 assoziierter Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Freiburg (Schweiz).

joachim.trebbe@unifr.ch

Anmerkungen

- 1 Vgl. ganz ähnlich Peter Glotz (1990: 251): «Es gibt Leute, die den Begriff Kommunikationswissenschaft immer noch im Sinne von Summenformeln nutzen, und die spätestens dann in schwere Definitionsprobleme kommen, wenn sie die Kommunikation zwischen Computern oder die von Karl von Frisch erforschte Sprache der Bienen von dem unterscheiden müssen, was sie eigentlich meinen».
- 2 Eröffnungsvortrag bei der SGKM-Jahrestagung 2005 in Winterthur am 8.4.2005. Auch dies ähnelt Ronnebergers Diagnose: «Wir sollten die Hoffnung aufgeben oder doch wenigstens zurückstellen, so etwas wie eine Allgemeine (...) Kommunikationslehre zu entwickeln, in der wir nach einer ‚Weltformel‘ für alle Arten von Kommunikationsbeziehungen suchen. Wir sollten Psychologen, Linguisten (...), Informatiker bitten, sich mit gesteigerter Leidenschaft der Elemente von interpersoneller und intersystemaler Kommunikation anzunehmen» (1978: 18); er plädierte dafür, wieder öffentliche Kommunikation in den Mittelpunkt zu stellen.
- 3 Dies etwa im Sinne von Max Weber (1988) oder Alfred Schütz (1971), die eindrücklich deutlich gemacht haben, inwiefern sich die Gegenstände der Sozialwissenschaften von jenen der Naturwissenschaften unterscheiden und somit auch andere methodische Zugänge erfordern.

- 4 Im Gegensatz zu den Vorschlägen Werner Wirths (2003: 11) ist es unserer Ansicht nach unverzichtbar, hier auch die Methodik kommunikationswissenschaftlicher *historischer Untersuchungen* (vgl. etwa Schönhagen 1999) einzubeziehen. Dies nicht nur, weil es sich dabei meist ebenfalls um empirische Arbeiten handelt, sondern auch deshalb, weil sozialwissenschaftliche Gegenstände immer auch geschichtlich gewachsene sind (vgl. Becker 1961: 160ff.), somit die historische Perspektive grundsätzlich relevant ist.
- 5 Sandra Pitum und Juliane Sauer sei herzlich für die Unterstützung bei der WWW-Recherche gedankt.
- 6 Die hier gewählte Einteilung lehnt sich an das «Basismodell» im erwähnten DGPK-Methodenpapier an (vgl. Empirische Methodenlehre o. J.: 7), entspricht diesem aber nicht vollständig. Wir gehen hier anstelle von einer Veranstaltung zu «Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung» von einer Einführung(svorlesung) und grundlegenden Veranstaltungen zu Datenerhebungsmethoden aus, die dann (was wiederum dem erwähnten Basismodell entspricht) um Datenanalyse/Statistik sowie vertiefende forschungspraktische bzw. anwendungsorientierte Veranstaltungen ergänzt werden sollten.

Literatur

- Becker, Howard (1961): *Soziologie als Wissenschaft vom sozialen Handeln*. Würzburg: Holzner.
- Empirische Methodenlehre in der Kommunikationswissenschaft (o. J.). Anforderungen der DGPK an die empirische Methodenlehre in kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen. Online im Internet: Broschüre «Standards für die kommunikationswissenschaftliche Methodenausbildung», zum Download unter http://www.dgpk.de/fg_meth/ (29.4.2005).
- Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz: Eine Evaluation. Bericht der internationalen Expertenkommission. August 2004 [Evaluationsbericht 2004], online im Internet unter: <http://www.sgkm.ch/download/Expertenbericht%20dt..pdf> (5.1.2005).
- Glötz, Peter (1990): Von der Zeitungs- über die Publizistik- zur Kommunikationswissenschaft. In: *Publizistik* Nr. 3, 249-256.
- Gysin, Nicole u. a. (2004): *Selbstevaluationsbericht. Evaluation der Kommunikations- und Medienwissenschaft in der Schweiz*. Bern. Online im Internet: <http://www.sgkm.ch/download/Selbstevaluation.pdf> (18.5.2005).
- Jarren, Otfried/Bonfadelli, Heinz (2001): *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft – ein transdisziplinäres Fach*. In: dies. (Hrsg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. Bern u. a.: Haupt, 3-14.
- Medienwissenschaft Schweiz 2003, Heft 1: *Kommunikations- und Medienwissenschaft Schweiz: eine Übersicht*.
- Ronneberger, Franz (1978): *Zur Lage der Publizistikwissenschaft*. In: Steindl, Gertraude (Hg.): *Publizistik aus Profession*. Festschrift für Johannes Binkowski. Düsseldorf: Droste, 11-19.
- Schönhagen, Philomen (1999): *Historische Untersuchungen: Von der «Faktenhuberei» zur Facherkenntnis*. In: Wagner, Hans (unter Mitarbeit von Ute Nawratil, Philomen Schönhagen, Heinz Starkulla): *Verstehende Methoden in der Kommunikationswissenschaft*. München: Reinhard Fischer.
- Schütz, Alfred (1971): *Zur Methodologie der Sozialwissenschaften*. In: ders.: *Gesammelte Aufsätze*, Bd. 1: *Das Problem der sozialen Wirklichkeit*. Den Haag: Nijhoff, 3-110.
- Statuten der SGKM in der Fassung v. 11. April 2003, online im Internet: <http://www.sgkm.ch/statutend.htm> (31.3.2005).
- Wahrig (1997). *Deutsches Wörterbuch*. 6. Aufl. Gütersloh: Bertelsmann.
- Weber, Max (1988): *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. 7. Aufl. Tübingen: Mohr [Original 1922].
- Wirth, Werner (2003): *Zugpferd für die Zukunft. Chancen einer kanonisierten Methodenausbildung*. In: *Aviso*, Nr. 33, 11-13.