

«Denn grau ist alle Theorie ...» Ein empirisch fundierter Diskussionsbeitrag zur Selbstverständnisdebatte der Schweizer Kommunikationswissenschaft

“All theory is gray...” An empirically based contribution to the debate on disciplinary identity in communication science

Franziska Oehmer-Pedrazzi*, University of Applied Sciences Graubünden, Switzerland

Tobias Rohrbach, University of Fribourg, Department of Communication and Media Research DCM, Switzerland

* Corresponding author: franziska.oehmer@fhgr.ch

**Der Beitrag wurde zu jeweils gleichen Anteilen vom Autorenteam verfasst. Die Autorenreihenfolge ist alphabetisch

Abstract

Verstärkt wird in den vergangenen Jahren in Fachzeitschriften und auf Tagungspanels über die Identität und das Selbstverständnis der Kommunikationswissenschaft diskutiert und reflektiert. Im Fokus dieser Debatten stehen die Fragen nach dem Gegenstand, den Theorien, den Methoden und damit auch nach der gesellschaftlichen Rolle und Leistungsfähigkeit der Kommunikationswissenschaft in Zeiten der Digitalisierung. Aus Schweizer Perspektive gilt es zudem nach der Rolle verschiedener Sprach- und Kulturräume sowie der stark etablierten Fachhochschulen für das Theorien- und Methodenrepertoire des Fachs und damit nach der Existenz einer Kommunikationswissenschaft «helvetischer Manier» zu fragen. Die Diskussionen werden zumeist durch die jeweilige «Brille» eigener Berufserfahrung sowie präferierter theoretisch-konzeptioneller Ansätze der FachvertreterInnen, jedoch kaum unter Berücksichtigung empirischer Daten geführt. Der vorliegende Beitrag formuliert auf der Basis einer diachronen und quantitativen Analyse von verwendeten Theorien, Methoden und Fachgegenständen an Schweizer kommunikationswissenschaftlichen Instituten Thesen zu den debattierten Fragen und stellt diese zur Diskussion. Analysiert werden studentische Abschlussarbeiten verschiedener Qualifikationsniveaus. Die bisher vor allem theoretisch und erfahrungsbasierte Debatte wird so um empirische Befunde zur «gelebten» Forschungs- und Lehrpraxis angereichert.

The disciplinary identity and self-image of communication science have recently been objects of intense discussion and reflection in scholarly journals and conference panels. These debates focus on the questions of the objects, theories, methods, and thus also on the social role of communication science in times of digitalization. From a Swiss perspective, it is also necessary to ask about the role of different language and cultural areas as well as the strongly positioned universities of applied sciences on the subject's repertoire of theories and methods and thus the existence of a communication science "Helvetian Manner." So far, these discussions have been led through the lens of researchers' own professional experience and their preferred theoretical and conceptual approaches. However, they lack empirical data. Based on a diachronic and synchronic quantitative analysis of the theories, methods and objects used at Swiss communication science institutes, this article derives propositions regarding the current debate and submits them for further discussion. The analysis draws on an original sample of graduate theses of different qualification levels. This study thus enriches current discussions with empirical findings on the discipline's "lived" research and teaching practice.

Keywords

Fachidentität, Fachgeschichte, Abschlussarbeiten, quantitative Inhaltsanalyse, Digitalisierung, disciplinary identity, history of communication science, graduate theses, quantitative content analysis, digitalization



1 Einleitung

Verstärkt wird in den vergangenen Jahren im deutschsprachigen Raum über die Identität und das Selbstverständnis der Kommunikationswissenschaft reflektiert (siehe u. a. die Beiträge von Brosius, 2016; Hepp, 2016; Jarren, 2016; Krüger & Meyen, 2018; Strippel et al., 2018a, 2018b; Theis-Berglmair, 2016). Im Zentrum der Debatten stehen die Fragen nach dem Gegenstand, den Theorien und Methoden und damit auch nach den Grenzen des Fachs in Zeiten der Digitalisierung und «Datafizierung» (Hepp, 2016): Was kann unter dem Medien-, Kommunikations- und Öffentlichkeitsbegriff alles gefasst werden und was nicht (mehr) (Brosius, 2016; Hepp, 2016; Strippel et al., 2018a)? Können aktuelle Kommunikationsphänomene mit den bestehenden Theorien erklärt werden? Ist das Methodenrepertoire ausreichend, um die sich stetig verändernden Kommunikationsinhalte und -formen empirisch zu erforschen (Jünger & Schade, 2018; Strippel et al., 2018b)? Oder ganz grundsätzlich: Welchen gesellschaftlichen Beitrag kann die Kommunikationswissenschaft als Wissenschaftsdisziplin leisten (Krüger & Meyen, 2018; Strippel et al., 2018a)?

Diese grenz- und Forschungsgemeinschaft übergreifenden Diskussionen werden zumeist durch die jeweilige Brille eigener Berufserfahrungen und -beobachtungen sowie präferierter theoretisch-konzeptioneller Ansätze (z. B. Wissenssoziologie / Bourdieu: Krüger & Meyen, 2018) oder disziplingeschichtlicher Einbettung (Hepp, 2016 mit Verweis auf Groths Überlegungen zur Zeitungswissenschaft) und selten unter Berücksichtigung empirischer Daten zu verwendeten Theorien, Methoden und Fachgegenständen geführt. Damit können nur beschränkt über die subjektivierte Perspektive hinausgehende Aussagen über die Katalysatoren des Fachs und plausible Prognosen über die Fachentwicklung getätigt werden. Zudem werden auch Studien und Aufsätze, die Daten zu verwendeten Theorien, Methoden und Fachgegenständen erfassen, kaum zur Reflexion über die Identität des

eigenen Fachs genutzt (Brosius & Haas, 2009).

Aufgrund der starken personellen und institutionellen Verflechtung der FachvertreterInnen und -gesellschaften v. a. im deutschsprachigen Raum, haben diese mehrheitlich von deutschen WissenschaftlerInnen adressierten Fragestellungen auch für die Schweiz Relevanz.

Darüber hinaus ist aus Schweizer Perspektive bei der disziplinären Selbstreflexion konkret auch nach der Rolle verschiedener Sprach- und Kulturräume sowie der stark etablierten Fachhochschulen auf das Theorien- und Methodenrepertoire des Fachs und damit nach der Existenz einer spezifischen Kommunikationswissenschaft «helvetischer Manier» (Saxer, 2002) zu fragen. Ziel des vorliegenden Beitrages ist es, die aktuelle Debatte zur Identität der Kommunikationswissenschaft um empirische Befunde zur «gelebten Praxis» an kommunikationswissenschaftlichen Instituten in der Schweiz in diachroner und synchroner Perspektive anzureichern. So kann nicht nur aufgezeigt werden, was aktuell im Fach erforscht wird, sondern es können auch Entwicklungsschübe aus einer historischen Perspektive nachgezeichnet und eingeordnet werden. Dies kann zur Einschätzung gegenwärtiger und zukünftiger Fachfoki genutzt werden, oder in Analogie eines Zitats des Universalgelehrten Wilhelm von Humboldt «Nur wer die Vergangenheit [hier: der Kommunikationswissenschaft, d. Verf.] kennt, hat eine Zukunft». Im Zentrum des vorliegenden Beitrages steht folgende Fragestellung: Welche *Fachgegenstände*, *Theorien* und *Methoden* werden in kommunikationswissenschaftlicher Forschung (im Zeitverlauf) an Schweizer Instituten zu Grunde gelegt?

Zur Beantwortung dieser Frage wird auf eine quantitative Inhaltsanalyse studentischer Abschlussarbeiten an kommunikationswissenschaftlichen Instituten in der Schweiz zurückgegriffen. Anders als an ein internationales Publikum gerichtete Zeitschriftenartikel oder Konferenzbeiträge, spiegeln Abschlussarbeiten in erster Linie die konkreten Forschungsschwerpunkte und Lehrcurricula der Dozierenden und Institute wider und bilden daher

im besonderen Masse die gelebte Forschungs- und Lehrpraxis einer Disziplin in ihrem nationalen Bildungskontext ab.

Nachfolgend wird zunächst der Forschungsstand zur kommunikationswissenschaftlichen Fachidentität, der als Erkenntnis- und Leitfolie für die empirische Erhebung und anschließende Diskussion dienen soll, skizziert. Auf der Basis dieser Erkenntnisse werden im Anschluss die Methode entwickelt, die Ergebnisse vorgestellt und kontextualisiert. Als Fazit werden Thesen zur Zukunft der Kommunikationswissenschaft zur Diskussion gestellt.

2 Forschungsstand zur Analyse von Fachidentität

Die aktuelle Debatte um die Zukunft des Faches ist nicht neu: Seit den Anfängen des Faches erschweren der heterogene, sich dynamisch wandelnde Gegenstandsbe- reich, die unterschiedlichen disziplinären Ausrichtungen der FachvertreterInnen, der Praxisbezug und die vergleichsweise junge Wissenschaftstradition die kommunikationswissenschaftliche Profilbildung (Löblich & Scheu, 2011). Besonders Umwälzungen im Gegenstandsbereich dienen als Ausgangspunkt zur Beschäftigung des Faches mit sich selbst, wie z. B. der Aufstieg der «neuen» Rundfunkmedien oder die Privatisierungswelle des Rundfunkbereichs (Koenen, 2018; Löffelholz & Quandt, 2003). Dieser Beitrag versteht Fachidentität als ein im Grunde minimal konsensuelles Selbstbild einer Disziplin, das ihren Zweck, Funktionsweise und Geltungsbereich festhält (Löblich, 2010). Es dient als Orientierungsrahmen für einzelne FachvertreterInnen und deren Forschungs- und Lehrtätigkeit (Peckhaus & Thiel, 1999). Das Konzept der Fachidentität hat einerseits eine *analytische* Dimension (d. h.: Was sind / waren die Inhalte des Faches?), welche im Rahmen von empirischen Arbeiten zum Fachverständnis *beschrieben* wird. Andererseits wird Fachidentität in aktuellen Beiträgen vor allem in ihrer *normativen* Dimension (was sollen die Inhalte eines Faches sein?) *diskutiert*.

Die kommunikationswissenschaftliche Selbsterforschung hat eine Vielzahl von Ansätzen zur Analyse von Fachidentität hervorgebracht, welche sich nach ihrer zentralen Erkenntnisperspektive in zwei Forschungslinien – eine historische und eine sozialwissenschaftlich-empirische – einteilen lassen (für einen Überblick siehe Günther & Domahidi, 2017; Rohrbach, Oehmer, & Schönhagen, 2017). Nachfolgend werden die zentralen und für diese Studie relevanten Befunde beider Forschungstraditionen nachgezeichnet:

Beiträge zur Fachgeschichte durchleuchten den institutionellen, sozialen und kognitiven Werdegang des Faches und bilden Veränderungen der Fachidentität erklärend im Zeitverlauf ab. Dabei wird beispielsweise in biographischen Untersuchungen die Rolle einzelner Persönlichkeiten für die Fachentwicklung herausgearbeitet (z. B. Averbeck & Kutsch, 2005; zur Schweiz siehe Schade, 2005) oder in Dokumenten- und Inhaltsanalysen spezifische Indikatoren von Institutionalisierungsprozessen nachgezeichnet (Löblich, 2010; Wendelin, 2008; Wilke, 2014). Um Entwicklungslinien und -muster innerhalb des Faches nachzeichnen und sichtbar machen zu können, entwickeln fachhistorische Arbeiten dabei vielfach Phasenmodelle, die jeweils spezifischen gegenstandsbezogenen, epistemologischen und theoretischen Annahmen unterstehen (Losee, 2004, S. 3–6).

Auf der Basis des wissenschaftssoziologischen Modells der disziplinären Institutionalisierung von Bühl (1974; in leichter Variation: Clark, 1974) beschreibt bspw. *Jürgen Wilke* (2010, 2014) die Entfaltung der deutschen Kommunikationswissenschaft anhand von drei Phasen:

1. Die Phase der *Amateurwissenschaft* (Anfang 20. Jahrhundert) mit einem ersten Satz an kohärenten Wissenszusammenhängen zum Erkenntnisobjekt Zeitung basierend auf Arbeiten einzelner «einsamer Wissenschaftler» (Gelehrter und Pressepraktiker, z. B. Karl Bücher, Emil Dovifat, Karl Jäger usw.).

2. Die Phase der *akademischen Wissenschaft* (kurz nach Ende des 2. Weltkrieges), die sich durch eine längerfristige Ressourcensicherung für Lehre, Forschung und den wissenschaftlichen Nachwuchs auszeichnet.
3. Die Phase der *Big Science* (ab den 1970er-Jahren) als Folge der Ausdifferenzierung zu einem Wissenschaftsteilsystem mit einer Vielzahl an Forschungsbereichen mit jeweils spezifischen methodischen und theoretischen Zugängen.

Ulrich Saxers (2002, 2005, 2007) «historische Wissenschaftssoziologie» zeichnet ebenfalls mit Blick v. a. auf die Schweiz anhand von drei Phasen die fachliche Entwicklung nach:

1. Die *vorinstitutionelle Zeitungswissenschaft* beschäftigt sich aus geistes- und wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive vorwiegend mit Anliegen der Presse.
2. Die elementaren Fachstrukturen erfahren in der zweiten *Phase der Publizistikwissenschaft* ab den 1970er Jahren einen inhaltlichen (Ausdifferenzierung eines Formalobjekts) und organisatorisch-institutionellen (Binnendifferenzierung von Forschungsgebieten und -instituten) Konsolidierungsschub bei gleichzeitiger Komplexitätssteigerung des sozial- und in geringerem Masse kulturwissenschaftlich dominierten Beobachtungsfeldes.
3. In der *integralen Phase*, in der sich die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft seit den 1990er-Jahren befindet und mit der Saxers Modell endet, ist das Fach transinstitutionell organisiert, durch eine multidisziplinäre Logik geregelt und durch Forschung zur (öffentlichen) Medienkommunikation und -gesellschaft charakterisiert.

Stefanie Averbeck und Arnulf Kutsch (2002) kritisieren solche rein deskriptiven Phasenmodelle als eine (implizit lineare) Erfolgsgeschichte, die sich jeglicher normativer Diskussion entzieht. Sie präsentieren

ihrerseits vier Phasen zur Geschichte der deutschen Zeitungswissenschaft:

1. Demnach markieren die der Zeitung als Materialobjekt gewidmeten Publikations- und Lehrleistungen um 1900 die erste Phase der *Problemidentifizierung*.
2. Darauf folgt mit dem zunehmenden Fokus auf die Vermittlungsfunktion von Zeitung und Hörfunk in der Zwischenkriegszeit die zweite Phase der *Problemdefinition*, in welcher die öffentliche Kommunikation und ihre sozialen Bedingungen als «exklusives Problem [d. h. Formalobjekt, d. Verf.]» (S. 60) festgelegt wird.
3. Die *ideologische und organisatorisch-pragmatische Überformung* unter dem NS-Regime und
4. die *Entideologisierung und Problemrekonstruktion* der Zeitungswissenschaft der Nachkriegszeit veranschaulichen Beispiele von retardierenden Prozessen der fachlichen Identitätskonstruktion.

Obschon kein explizites Phasenmodell, so lässt sich die von Maria Löblich (2010) dokumentierte empirisch-sozialwissenschaftliche Wende als solches lesen. Demnach wurde in den 1960er Jahren ein

1. bis anhin dominierendes *geisteswissenschaftliches Fachverständnis* einer hermeneutisch und normativ arbeitenden Kommunikationswissenschaft durch ein
2. *empirisch-sozialwissenschaftliches Fachverständnis* mit einem Schwerpunkt auf analytisch-quantitative Verfahren abgelöst.

Wie diese Beispiele (siehe Übersicht in Tabelle 1) deutlich machen, erlauben Phasenmodelle das Sichtbarmachen von fachlichen Entwicklungen. Ihnen fehlt es jedoch meist an einer systematischen Erfassung und Analyse der *Gegenstände, Theorien und Methoden* des Fachs.

Dies wird hingegen durch *sozialwissenschaftlich-empirische Standortbestimmungen* häufig mittels standardisierter

Tabelle 1: Übersicht kommunikationswissenschaftlicher Phasenmodelle

Modell	1. Phase	2. Phase	3. Phase	4. Phase
Wilke	Amateurwissenschaft (ca. 1900–1945)	Akademische Wissenschaft (1945–1970)	Big Science (ab 1970er)	
Saxer	Elementare ZW (ca. 1900–1970)	Komplexe PW (1970–1990)	Integrale KW (ab 1990er)	
Averbeck & Kutsch	Problemidentifizierung (ca. 1900–1925)	Problemdefinition (1925–1933)	Ideologische Überformung (1933–1945)	Problemrekonstruktion (ab 1945)
Löblich	Orientierung an geisteswissenschaftlichem Fachverständnis (bis 1960er)		Orientierung an empirisch-sozialwissenschaftlichem Fach- verständnis (ab 1960er)	

Anmerkung: ZW = Zeitungswissenschaft; PW = Publizistikwissenschaft; KW = Kommunikationswissenschaft. Jahreszahlen bezeichnen grobe Zeiträume.

Inhaltsanalysen von Fachzeitschriften (Brosius & Haas, 2009, 2015; Donsbach, Laub, Haas, & Brosius, 2005) und Abschlussarbeiten sowie Befragungen von Fachgesellschaftsmitgliedern geleistet (Altmeyen, Weigel, & Gebhard, 2011; Peiser, Hastall, & Donsbach, 2003).

Die teilweise bereits einige Jahre alten *Befragungen* von Mitgliedern der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) zeigen, dass Themen wie die Erforschung von Massenmedien, Mediensystemen und -strukturen, politische Kommunikation, Kommunikationspolitik und Medienökonomie zwar als besonders relevant empfunden werden (Peiser et al., 2003), aber die eigene Forschungsaktivität v.a. in Bereichen wie Journalismus- und Medieninhaltsforschung, Mediennutzung und -wirkung, Unternehmens- und Organisationskommunikation sowie Medienwirkungsforschung verortet wird (Altmeyen et al., 2011). Die als relevant eingestuften gesellschaftlichen Makrothemen rücken in den Forschungsprojekten der FachvertreterInnen also in den Hintergrund (Altmeyen et al., 2011). Die letzte Mitgliederbefragung der DGPK aus dem Jahr 2017 fokussiert die Theoriearbeit von DGPK-Mitgliedern und zeigt, dass diese 16% ihrer verwendeten Ansätze keinem von 32 vorgegebenen Theoriefeldern zuordnen können bzw. wollen (Altmeyen, Franzetti, & Evers, 2017).

Anders als Befragungen zur Fachidentität, die nur Erkenntnisse über die Selbstwahrnehmung und -einschätzung von FachvertreterInnen bieten, verfolgen *In-*

haltsanalysen von Fachzeitschriften oder Abschlussarbeiten das Ziel, Einblicke in die Inhalte der publizierten Forschung eines Faches zu geben (u. a. Brosius & Haas, 2009, 2015; Donsbach et al., 2005; Günther & Domahidi, 2017; Hagen, Koch, & Frey, 2015). Studien konnten zeigen, dass Print und Fernsehen aufgrund des rasant wachsenden Interesses an Onlinemedien zwischen 2003 und 2014 an Bedeutung einbüßen, allerdings nach wie vor zentrale Materialobjekte bleiben. Mit Radio und Film beschäftigt sich die gegenwärtige Forschung hingegen nur noch marginal (Donsbach et al., 2005, S. 56; Günther & Domahidi, 2017, S. 3063). Inhaltsanalysen von Fachzeitschriften als «Barometer für den Fokus einer Disziplin» (Brosius & Haas, 2009, S. 3) bieten allerdings aufgrund der Selektionsprozesse und umstrittenen (Peer-)Reviewverfahren (Thurner & Hanel, 2011; für eine Diskussion siehe Koch & Geiß, 2019) kein repräsentatives Bild von der Gesamtheit der Fachaktivitäten. Dies trifft v. a. auf Inhaltsanalysen mit einem Fokus auf besonders renommierte Fachzeitschriften (z. B. Brosius & Haas, 2009, 2015; Donsbach et al., 2005) oder jenen mit hohem Impact Factor (Günther & Domahidi, 2017) zu. So zeigt beispielsweise die bisher einzige Inhaltsanalyse von Abschlussarbeiten aus der TRANSFER-Datenbank¹

1 Die TRANSFER-Datenbank ist ein Projekt der DGPK und enthält Abstracts sehr guter und guter Magister-, Diplom-, Master- und Lizentiatsarbeiten und Dissertationen sowie sehr guter Bachelorarbeiten aus einer Reihe kooperierender Institute (<http://transfer.dgpk.de/>).

der DGpuK (Schweiger, Rademacher, & Grabmüller, 2009), dass sich bei den thematischen Interessen von Studierenden, anders als in veröffentlichten Fachzeitschriftenbeiträgen, eine gewisse Resistenz gegenüber fachlicher Forschungstrends feststellen lässt. Befragungen oder Inhaltsanalysen zur Fachidentität in der Schweiz liegen aktuell keine vor.

Hingegen gibt es zur Schweizer Hochschullandschaft für Kommunikationswissenschaft sozialwissenschaftlich-empirische Standortbestimmungen in Form von umfassenden «Kartografien» (Buhmann, Ingenhoff, & Lepori, 2015; Lepori, Probst, & Ingenhoff, 2012; Probst, Buhmann, Ingenhoff, & Lepori, 2019; Probst & Lepori, 2007). Diese Arbeiten erstellen anhand von verschiedenen materiellen (z. B. finanzielle Mittel, institutionelle Kennzahlen) und themenbezogenen Indikatoren (z. B. Schwerpunkte von Studiengängen sowie Inhalte, Ort und Umfang der Publikationsoutputs einzelner Institute) Profile von einzelnen Instituten, welche danach untereinander verglichen werden. Obwohl die daraus resultierenden Cluster von Instituten mit jeweils ähnlichen Profilen je nach Vorgehen verschieden ausfallen, lassen sich dennoch gewisse Ähnlichkeiten bzw. Trennlinien erkennen. Gemeinsam ist den Kartografien, dass sie die Schweizer Kommunikations- und Medienwissenschaftslandschaft als ein Ensemble von grösstenteils eigenständigen, geografisch und inhaltlich dispersen (Teil-)Communities beschreiben, deren organisatorischer Zusammenhalt hauptsächlich durch die Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) gewährleistet wird. Die themenspezifischen Cluster Grenzen verlaufen dabei teilweise parallel zu sprachregionalen Unterschieden und einer transnationalen Orientierung an der Forschung der jeweiligen Next Door Giants (siehe z. B., Averbeck, 2008a, 2008b). Ein Nachteil dieser kartografischen Ansätze ist allerdings, dass sie aufgrund ihrer Makroperspektive nur am Rande zwischen feingranularen Unterschieden in Fachinhalten, um die es in Debatten um das Fachverständnis schlussendlich geht, differenzieren kön-

nen. Zudem bilden sie in erster Linie eine Momentaufnahme des Fachs ab und können daher fachhistorische Entwicklungslinien nur bedingt erfassen.

3 Methode und Vorgehen

Um den diskutierten grundsätzlichen Fragen nach Zweck und Inhalt der zukünftigen Kommunikationswissenschaft angemessenen empirischen Tiefgang und historischen Kontext zu verleihen, bedarf es einer möglichst umfassenden Konzeption von Fachidentität: Die gleichzeitige Berücksichtigung historischer und sozialwissenschaftlich-empirischer Perspektiven, so das Kernargument und auch gewählte empirische Vorgehen des vorliegenden Beitrages, kann daher für die Analyse und Diskussion der Fachentwicklung besonders ertragreich sein (Rohrbach, Oehmer, & Schönhagen, 2017).

Zur Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellung nach Fachgegenständen, Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft wurde daher eine quantitative Inhaltsanalyse studentischer Abschlussarbeiten verschiedener Qualifikationsniveaus (Lizenziat, Diplom, Master, Doktorat) an Schweizer Hochschulen in diachroner und synchroner Perspektive durchgeführt. Abschlussarbeiten waren bisher kaum Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Forschung (Ausnahme: Schweiger et al., 2009), obwohl Untersuchungen aus Nachbardisziplinen gezeigt haben, dass sie in besonderem Masse die Forschungsschwerpunkte der Dozierenden und Institute widerspiegeln und damit die gelebte Forschungs- und Lehrpraxis einer Disziplin und erlernten Wissenskanon von Absolvierenden abbilden (siehe z. B. Truong & Dietrich, 2018; Zong et al., 2013). Anders als Publikationen in Fachzeitschriften und Sammelbänden unterliegen sie keiner inhaltlichen Selektion durch GutachterInnen und sind als erste wissenschaftliche Arbeiten «Grundstock für die Publikationstätigkeit des wissenschaftlichen Nachwuchses» (Schweiger et al. 2009, S. 535). Fachzeitschriften und

Tabelle 2: Übersicht der analysierten Abschlussarbeiten pro Hochschule

Institution (Beginn Erhebungszeitraum)	Anzahl Arbeiten je Studiengänge	
	BA	MA/PhD
HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich (2008*)	442	115
Universität Bern (1992*)	334**	
Universität St. Gallen (1999*)	138	318
Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW (2005)	158	72
Universität Freiburg / Université de Fribourg (1966*)	***	1412****
Université de Neuchâtel (2010 *)		113
Università della Svizzera italiana Lugano (2000)	***	224
Gesamt	1072	2254

Anmerkungen: * Zugleich Gründungsjahr. **Davon 260 sog. Facharbeiten vor 2010 (entsprechen Bachelorarbeiten). ***Abschlussarbeiten werden nicht archiviert und sind daher nicht verfügbar. ****Davon 435 Diplom- bzw. Lizentiatsarbeiten vor 2002 (entsprechen ungefähr Masterarbeiten).

Abschlussarbeiten ermöglichen damit als Analysegegenstände komplementäre Perspektiven auf Fachidentität: Während Fachzeitschriften primär die jeweils aktuellen Trends und den «State of the art» im Output der etablierten Forschungsgemeinschaft abbilden, spiegeln Abschlussarbeiten, die von den jeweiligen Instituten und Dozierenden häufig im Rahmen eines längeren Prozesses ausgehandelt und in Reglementen und Curricula festgesetzten Schwerpunkte in der Lehre. Ferner müssen unter Berücksichtigung der aus Studierendenperspektive zum Teil häufig nur als Mittel zum Zweck des Studienabschlusses verstandenen Arbeiten und damit häufig die nicht auf wissenschaftlichen Fortschritt gerichtete Motivation einschränkend berücksichtigt werden. Aber auch im Fall, dass Abschlussarbeiten der einzige wissenschaftliche Output der Absolvierenden bleiben, prägen sie dennoch «das Bild, das spätere Medien- und Kommunikationspraktiker von unserem Fach haben» (Schweiger et al., 2009, S. 535).

3.1 Stichprobe

Die vorliegende Untersuchung zielt erstmals auf eine Vollerhebung aller an Schweizer kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen (die auf der Webseite der SGKM gelistet sind),² verfassten Abschlussarbeiten ab. Es konnten jedoch nur solche Abschlussarbeiten berücksichtigt

werden, die entweder in den Bibliothekskatalogen und Datenbanken der Hochschulen erfasst wurden und im Sommer 2016 zugänglich waren oder für die auf Anfrage ein Zugang über die Archive der jeweiligen Institute ermöglicht werden konnte. Institute, die keine dieser Voraussetzungen erfüllen konnten oder wollten, wurden demzufolge nicht in der Analyse berücksichtigt. Das Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung (IPMZ, jetzt: IKMZ) der Universität Zürich und das Institut für Marketing und Kommunikation der Hochschule Luzern haben zum Zeitpunkt der Datenerhebung die Teilnahme an der Analyse abgelehnt. Das Departement für Künste, Medien, Philosophie der Universität Basel verfügt über kein Archiv der Abschlussarbeiten. Der Datensatz ist dadurch insgesamt weniger repräsentativ. Mit 3326 analysierten Arbeiten verfasst an Universitäten und Fachhochschulen aus allen drei Landesteilen reflektiert er jedoch die Heterogenität der gelebten Lehr- und Forschungspraxis in der Schweiz. Tabelle 2 gibt einen Überblick über die miteinbezogenen Institute und die Anzahl der jeweils vorhandenen und codierten Abschlussarbeiten.

3.2 Operationalisierung

Im Fokus der Inhaltsanalyse stehen vor allem die in Abschlussarbeiten verwendeten Fachgegenstände, Methoden sowie Theorien. Die Ausprägungen der Variablen wurden zum einen induktiv an Teilen des Ana-

² Abgerufen unter <https://sgkm.ch/de/ubersuns/kmw-atlas>.

lysematerials entwickelt. Zum anderen wurden die Kategorien deduktiv aus vorliegenden Systematisierungsvorschlägen des Faches herausgearbeitet (u. a. Altmeppen, Franzetti, & Kössler, 2013). Das detaillierte Codebuch kann online eingesehen werden (Rohrbach & Oehmer, 2021). Die Codierung erfolgte durch vier geschulte CodiererInnen.

Fachgegenstände, unterteilt in Formalobjekt (Erkenntnisinteresse und Kommunikationssphäre) und Materialobjekt (Wagner & Starkulla, 1997, S. 72–77), wurden anhand von drei Variablen codiert. Ausprägungen für das 1) *Erkenntnisinteresse* (Reliabilitätswert nach Krippendorff's Alpha $\alpha = .86$) wurden entlang der Forschungsbereiche der Lasswell-Formel systematisiert und auf Ebene der Teilbereiche codiert. Zur Kommunikatorforschung zählten bspw. Erkenntnisinteressen im Bereich von Journalismus, PR/ Organisationskommunikation, politischer Kommunikation (Fokus auf Akteure) und Individualkommunikation. Erfasst wurde 2) die *Kommunikationssphäre* ($\alpha = .91$) analog zu den drei Öffentlichkeitsebenen von Gerhards und Neidhardt (1990) entweder als nicht-öffentlich, teilöffentlich oder gesamtöffentlich. Beim 3) *Materialobjekt* ($\alpha = .82$) wurde zwischen Fernsehen, Print, Radio, (Kino-)filmen, Bildern / Comics, online – institutionalisiert (Quelle des Online-Angebotes ist eine Institution / Organisation, die professionell Inhalte produziert, z. B. Angebote von Nachrichtenportalen, Twitter-Accounts von Nachrichtenmedien), und online – nicht institutionalisiert (Quelle des Online-Angebotes ist keine Institution Organisation, sondern meist ein Individuum, das eigenständig Inhalte produziert, z. B. individuelle Blogs, Accounts auf Facebook, Twitter, YouTube, usw.) unterschieden.

Als verwendete *theoretische Perspektive* ($\alpha = .67$) wurden u. a. folgende Konzepte und Ansätze erhoben: Meta- / Universaltheorien (z. B. Systemtheorie, Symbolischer Interaktionismus, Theorie des rationalen Handelns, Öffentlichkeits-theorien, Cultural Studies, Feldtheorie der Massenkommunikation, Ökonomische Theorien, Neoinstitutionalismus, Feminis-

tische Theorien), Theorien mittlerer Reichweite (Nachrichtenwerttheorie, PR-Theorien, diverse Rezeptions-, Nutzungs-, und Wirkungstheorien) und Praktikertheorien bzw. -modelle (d. h. Konzepte und Modelle, die auf einen konkreten Prozess, Sachverhalt oder Gegenstand angewendet werden und eher als Anleitung als zur Erklärung dienen). Zwar entspricht der tiefe Reliabilitätskoeffizient der im Fach bekannten Schwierigkeit zur trennscharfen Systematisierung der «polymorphen theoretischen Verästelungen» (Altmeppen et al., 2017, S. 175). Aufgrund der besonderen Relevanz dieser Kategorie für die Auswertung wurden jedoch alle Codierungen zur Qualitätssicherung zusätzlich manuell durch die AutorInnen der Studie überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Zur Analyse des methodischen Vorgehens der Abschlussarbeiten wurde zunächst die *Methode der Datenerhebung* ($= .75$) erfasst, wobei zwischen Inhaltsanalyse (inkl. Film-, Bild- und Dokumentenanalyse), Befragung, (standardisiert schriftlich/telefonisch/elektronisch), qualitativem Interview (ExpertInneninterviews, Gruppendiskussionen, narrative Interviews), experimentellen Untersuchungsdesigns, Beobachtung, hermeneutisch-phänomenologischen bzw. historisch-interpretativen Ansätzen und Methodenkombination differenziert wurde. Zusätzlich wurde codiert, welche *Art von Daten* (quantitative, qualitative, eine Kombination; $= .90$) erhoben wurde.

4 Resultate und Diskussion

Insgesamt wurden 3326 Arbeiten analysiert. Die Anzahl der Abschlussarbeiten zeigt sich dabei aufgrund der unterschiedlichen Gründungszeiträume und Institutionalisierungsschübe der Schweizer Institute im Zeitverlauf als nicht konstant. Anhand des Kurvenverlaufs (siehe Abb. S1 im Online Supplement) und unter Berücksichtigung der in der fachhistorischen Literatur identifizierten Phasen (siehe Kap. 2, v. a. die Phasen Saxers) des Forschungsstands zur Schweizer Kommunikationswissenschaft sowie relevanter Ereignisse, lässt sich induktiv und deduk-

tiv der Analysezeitraum in folgende drei Abschnitte strukturieren:

1. 1966–1995 (vgl. Saxers 2. Phase der «komplexen Publizistikwissenschaft»): Neben der Institutsgründung in Freiburg (1966) und einer massiven Umstrukturierung in Bern (1992), erfährt das Fach in dieser Phase durch die Gründung der SGKM im Jahr 1974 einen Konsolidierungsschub (Probst & Lepori, 2007; Saxer, 2007).
2. 1996–2008 (vgl. Saxers 3. Phase der «integralen Kommunikationswissenschaft», vgl. auch Wilkes Phase der «Big Science»): Das Fach wächst in dieser Phase durch die Neugründung universitärer Institute mit jeweils sozial-, kultur- oder wirtschaftswissenschaftlicher Ausrichtung sowie weiterer Standorte mit starken Bezügen zur Journalismus- bzw. Kommunikationspraxis an (Fach-)Hochschulen (Probst & Lepori, 2007).
3. 2009–2016: Um aktuelle Entwicklungen im Fach und damit auch Daten zur in der Einleitung skizzierten Fachdebatte abbilden zu können, wird eine weitere Phase ergänzt. Der Beginn dieser dritten analysierten Phase wird auf das Jahr 2009 datiert und nimmt damit Bezug auf im Fach breit diskutierte Aktivitäten der Fachgesellschaften und ihrer zentralen Akteure zur Positionierung der Disziplin (bspw. die Rede von Sonia Livingstone, der damaligen ICA-Präsidentin, anlässlich der Jahrestagung 2008 zur «mediation of everything» oder auch das 2008 verabschiedete DGPuK-Selbstverständnispapier; DGPuK, 2008). Abgesehen von der Gründung eines Masterstudiengangs in Journalismus an der Université de Neuchâtel im Jahr 2010 bleibt die institutionelle Situation des Fachs in der dritten Phase bei steigenden Studierendenzahlen stabil.

Um Muster und Unterschiede in der Verwendung der *Fachgegenstände*, *Theorien* und *Methoden* identifizieren und sinnvoll interpretieren zu können, erfolgt nachfolgend die Auswertung der Daten anhand

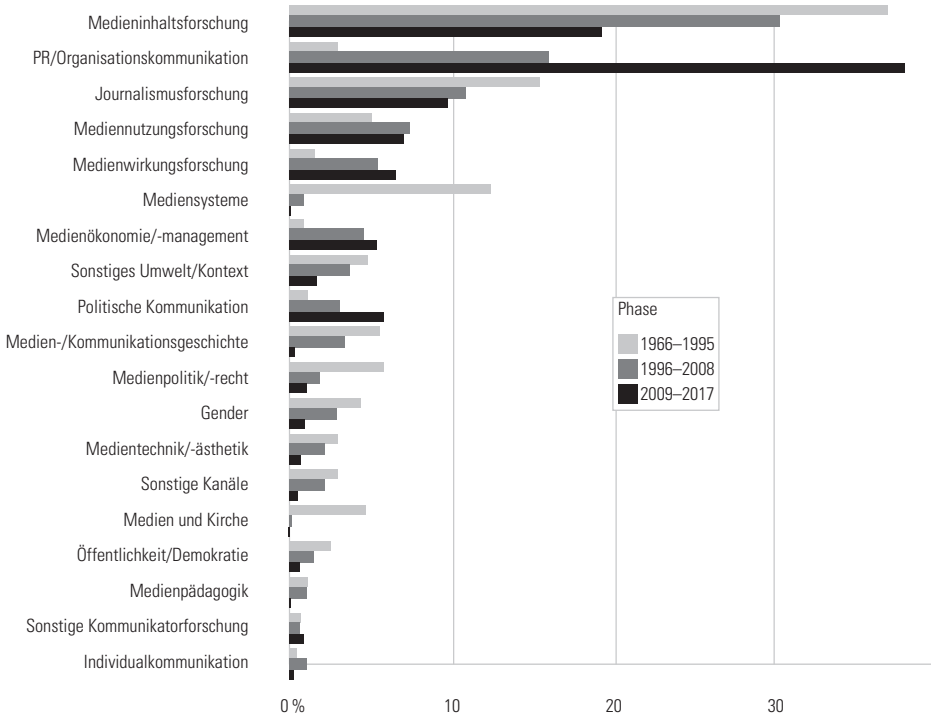
dieser *drei Phasen*. Damit wurde in dieser Studie einer theorie- und empiriegeleiteten Phaseneinteilung vor einer vergleichsweise eher willkürlichen Zeitraumsetzung von beispielsweise fünf- oder zehn Jahresintervallen der Vorzug gegeben. Zudem wird in synchroner Perspektive ein Vergleich zwischen den Sprachregionen und den Hochschultypen – Universität und Fachhochschule – angestrebt.

4.1 Konturierung der kommunikationswissenschaftlichen Fachidentität: Fachgegenstände

Erste kommunikationswissenschaftliche Forschung in institutionellem Rahmen ist in der Schweiz – ähnlich wie in Deutschland – anfänglich durch Überlegungen zur Funktionsweise und Struktur der Presse durch einzelne VertreterInnen der journalistischen Praxis an den Universitäten Zürich (die hier aufgrund des fehlenden Zugangs nicht mit analysiert werden konnte), Freiburg und Bern geprägt. Die damals gängige Bezeichnung des Fachs als Journalistik spiegelt die zentrale Stellung der Presse als Material- und Formalobjekt dieser ersten Phase wider (Saxer, 2005, S. 80). Entsprechend dominieren in den Abschlussarbeiten zwischen 1966–1995 Erkenntnisinteressen mit starkem Pressebezug, namentlich die Medieninhaltsforschung (23%) und die Journalismusforschung (16%) (siehe Abb. 1). Über alle analysierten Phasen hinweg dominieren öffentliche Phänomene und Prozesse als Analysegegenstand mit einem Anteil von je über 75% (siehe Abb. S2 im Online Supplement).

Eine starke Gesellschaftsorientierung in dieser Phase zeigt sich beispielsweise in der erstaunlichen Anzahl von Abschlussarbeiten zur Beschaffenheit von Mediensystemen des globalen Südens (13%) – dies vor dem Hintergrund der internationalen Diskussionen rund um die New World Information Order (NWIO) der 1970er und 1980er Jahre (z. B. Masmoudi, 1979). Ähnlich interessieren sich immerhin 6% der Abschlussarbeiten für medienpolitische und -rechtliche Fragestellungen, was zeitlich mit der kontrovers

Abbildung 1: Erkenntnisinteresse nach Phasen in Prozent (N=3021)

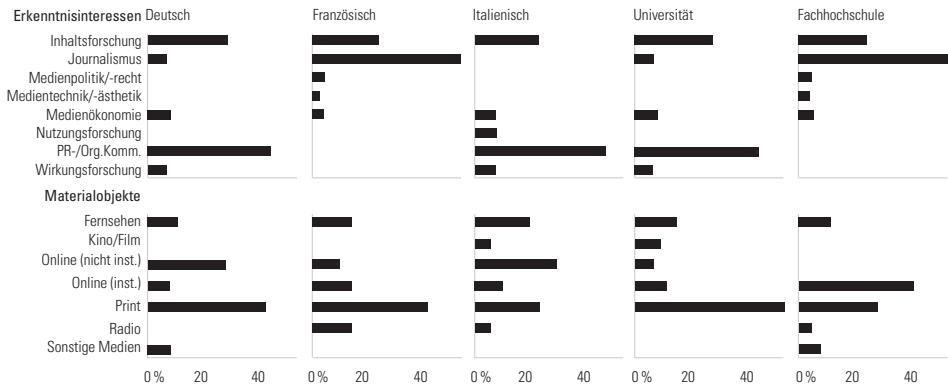


diskutierten Neuordnung des Rundfunkbereichs zusammenfällt (Künzler, 2009).

In der zweiten Phase (1996–2008) zeichnet sich trotz der institutionellen Expansion der Kommunikationswissenschaft zu einer «Familie mit vielen Namen und Gesichtern» (Süss, 2000, S. 19) eine sozialwissenschaftliche Konturierung ab: Die breit diskutierte empirisch-sozialwissenschaftliche Wende (Löblich, 2010) – oder «Versozialwissenschaftlichung» (Wagner, 1993) – der deutschen Kommunikationswissenschaft lässt sich zeitlich verschoben auch in den Schweizer Abschlussarbeiten zusammengefasst als eine Abwendung von Makrophänomenen und einer Hinwendung zu Mikro- und Mesophänomenen beschreiben. Mehr Abschlussarbeiten untersuchen zwischen 1996–2008 Phänomene der eher individualszentrierten und vergleichsweise einfacher operationalisierbaren (Jarren, Künzler, & Puppis, 2019) Wirkungs- und Nutzungsforschung (6% und 7%). Auch Forschung zu PR und Organisationskom-

munikation (16%) rückt ins Zentrum der Abschlussarbeiten, während die früheren Forschungsschwerpunkte der Meso- und Makroebene zu Mediensystemen und Medienpolitik und -recht fast gänzlich verschwinden (siehe Abb. 1). Veränderungen zeigen sich auch bei den untersuchten Materialobjekten: Kino(-filme), Radio und Printmedien erhalten deutlich weniger Beachtung, obwohl letztere weiterhin in rund einem Drittel der studentischen Untersuchungen herangezogen werden. Das Internet kommt als neues Materialobjekt von vorerst marginalem Stellenwert hinzu – 5% der Abschlussarbeiten untersuchen Onlineinhalte professioneller und 6% solche nicht-professioneller Herkunft (siehe Abb. S3 im Online Supplement). Die dritte Phase (2009–2017) lässt drei parallele Entwicklungen im Gegenstandsbereich erkennen. Erstens zeigt sich in Abschlussarbeiten eine Akzentuierung der sozialwissenschaftlichen Konturenbildung durch eine Erweiterung der sozialwissenschaftlich-empirisch ausge-

Abbildung 2: Die fünf häufigsten Erkenntnisinteressen (N=3021) und Materialobjekte (N=2987) pro Sprachregion und Hochschultyp in Prozent

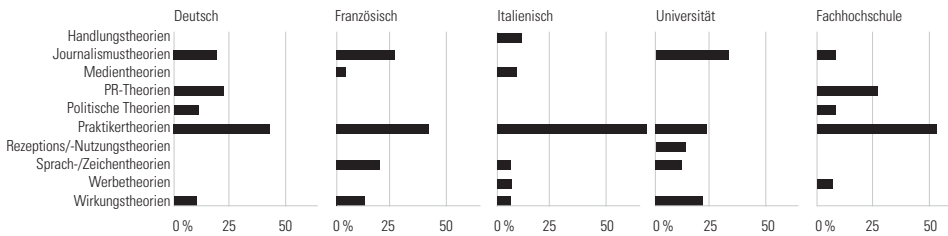


richteten Erkenntnisinteressen in Abschlussarbeiten um die politische Kommunikation (7%). Laut Schulz (2018, S. 13) ist dieser Aufschwung nicht zuletzt dem Aufkommen des Internets und dessen «ganz offensichtlich(en) Folgen» für die politische Kommunikationsforschung geschuldet. Tatsächlich werden in dieser letzten Phase in 46% der Abschlussarbeiten zu politischer Kommunikation Onlineinhalte als Materialobjekt herbeigezogen, wobei sich 42% der Arbeiten keinem spezifischen Medium widmen. Damit kann zweitens der im Fach breit diskutierte Einzug von Onlinephänomenen auch empirisch in studentischen Abschlussarbeiten belegt werden. Professionell-journalistisch (18%) oder nicht professionell aufbereitete (11%) Onlineinhalte bilden den Kern der Untersuchung fast jeder dritten Abschlussarbeit, wodurch Printmedien (22%) erstmalig als beliebtestes Materialobjekt abgelöst werden (siehe Abb. S3 im Online Supplement). Während Schweiger et al. (2009, S. 543) bei TRANSFER-Abschlussarbeiten von einer «Konstanz der Medienauswahl» sprechen, handelt es sich bei dieser Verschiebung der Materialobjekte nur bedingt um eine «Aktualitätsdominanz» infolge synchronisierter Medienentwicklung und -forschung (Wilke, 2019, S. 27). Denn auch in dieser letzten Phase wird in Abschlussarbeiten das gesamte Medienspektrum behandelt – mit Ausnahme der seit jeher marginal berück-

sichtigten Bilder und Comics. Drittens ist ein starker Anstieg der Forschung zu PR und Organisationskommunikation zu verzeichnen, für die sich 38% aller Abschlussarbeiten an erster Stelle interessieren – dies zulasten von Forschungsbereichen mit starkem Journalismusbezug (siehe Abb. 1). Dieser Boom lässt sich vor dem Hintergrund einer sich wandelnden Berufspraxis erklären: War die journalistische Praxis anfänglich die «indirekte Taktgeberin» der Fachentwicklung (Wiedemann, 2019, S. 15), so sind es später Impulse aus der Praxis der PR- / Unternehmens- und Organisationskommunikation, welche die studentischen Bedürfnisse und Lehrpläne mitdirigieren (Bigl, Schultze, & Heinisch, 2017).

Rückt man vor allem die synchrone Analyse und damit den Vergleich zwischen den Sprachregionen und den Hochschultypen in den Vordergrund, so lassen sich neben den Gemeinsamkeiten auch teilweise deutliche Unterschiede ausmachen: Das Erkenntnisinteresse in der französischsprachigen Kommunikations- und Medienwissenschaft richtet sich im hohen Masse auf den Journalismus (siehe Abb. 2). Fragen zur Wirkung und Nutzung von Medien und Kommunikation werden hingegen kaum adressiert. Die deutsch- und italienischsprachige Forschung widmet sich hingegen und als Folge der Etablierung von Professuren mit entsprechender Denomination deutlich stärker der PR- und

Abbildung 3: Die fünf häufigsten Theorien pro Sprachregion und Hochschultyp in Prozent (N=3014)



Organisationskommunikation. Abschlussarbeiten, die an Fachhochschulen verfasst worden sind, analysieren Medieninhalte oder beleuchten die Arbeitsweise und Prozesse im Journalismus. Neben Online-, Print- und TV-Medien, wird hier auch das Radio beleuchtet. Die meist nur anhand von aufwendigen Befragungen (im Experimentaldesign) bestimmbare Medienutzung und auch -wirkung ist nur selten Gegenstand der studentischen Forschung an Fachhochschulen.

4.2 Konturierung der kommunikationswissenschaftlichen Fachidentität: Theorien

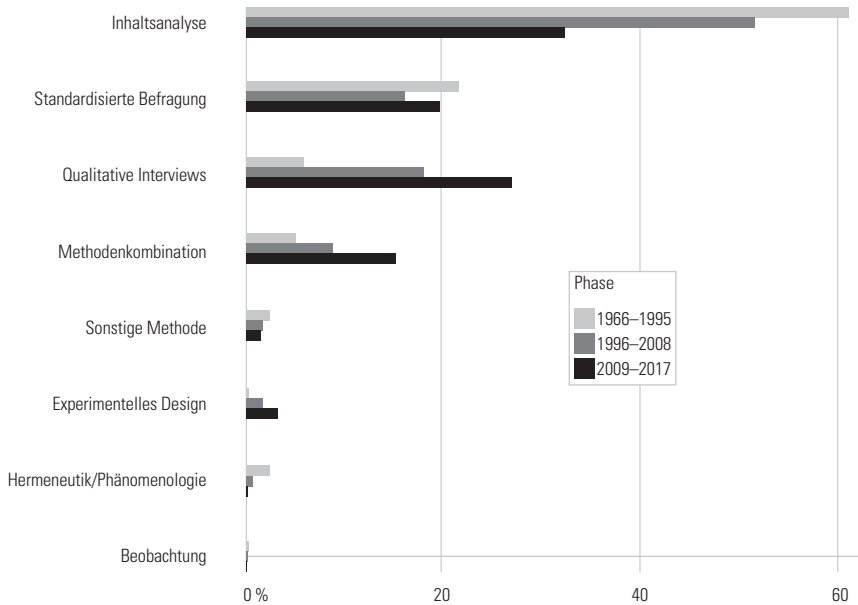
Im Fokus der frühen fachlichen Theoriearbeit stehen erste systematische Auseinandersetzungen mit der Funktionsweise des Pressesystems anhand von Beschreibungen der journalistischen Berufspraxis, wobei allerdings nicht von einer koordinierten facheigenen Theoriebildung ausgegangen werden kann (Saxer, 2007, S. 241). Der noch eher bescheidene Stellenwert der theoretischen Auseinandersetzung ist in den Daten daran erkennbar, dass 35 % der Abschlussarbeiten der ersten Phase ohne zentrale Theorie auskommen (siehe Abb. S4 im Online Supplement). Der Anteil «theorieloser» Arbeiten sinkt in der zweiten Phase auf 22 % und auf 15 % in der dritten Phase, was neben etwaigen Verschärfungen der wissenschaftlichen Standards auch für einen wachsenden Theoriefundus spricht.

Weiter lässt sich die Verschiebung der Forschungsschwerpunkte von Phänomenen der Makroebene zu jenen der Mikro- und Mesoebene auch anhand der verwendeten Theorien nachzeichnen. Häufiger

als in späteren Phasen stützen sich Abschlussarbeiten zwischen 1966 und 1995 vor allem auf Makrotheorien, wie zum Beispiel auf fachferne politische (5 %) oder Kulturtheorien (6 %), aber auch auf frühe facheigene Massenkommunikationsmodelle (4 %) oder umfassende Medientheorien (8 %). Hingegen wird nach 1995 in Abschlussarbeiten stärker auf Theorien der Nutzungs-, Wirkungs- und PR-Forschung rekurriert. Darunter finden sich primär Theorien mit geringerem Abstraktionsgrad («mittlerer Reichweite»), die sich bevorzugt mit kleinteiligeren, leichter operationalisierbaren Phänomenen befassen und daher charakteristische Kennzeichen einer sozialwissenschaftlich-empirischen Forschungstradition sind (dazu kritisch Wagner, 1993). Darüber hinaus bestechen gerade in der aufsteigenden PR-Forschung Theorien mittlerer Reichweite auch aufgrund ihrer praktischen Anwendbarkeit (Szyszka, 2013). Noch eindeutiger wird der Trend zur Praxisnähe durch den markanten Anstieg an Praktikertheorien und -modellen in der letzten Phase (23 %).

Vergleicht man die theoretischen Perspektiven nach Sprachregion (siehe Abb. 3), so lassen sich neben dem gemeinsamen Fokus auf Praktikertheorien, auch Spezifika erkennen, die sich durch transnationale Einflüsse der Fachtraditionen der Next Door Giants (u.a. Frankreich, Deutschland) plausibilisieren lassen (Averbeck, 2008a, 2008b; Probst & Lepori, 2007): So finden sich in französischsprachigen Abschlussarbeiten bspw. Sprach- und Zeichentheorien, die auch in Frankreich einen hohen Stellenwert besitzen (Averbeck, 2008b). Die generelle grosse Bedeutung der politischen Kommunikationsforschung

Abbildung 4: Verwendete Methoden der Datenerhebung in Abschlussarbeiten in Prozent (N=3154)



im deutschsprachigen Raum (Altmeppen et al., 2011) spiegelt sich u. a. auch in der vergleichsweise häufigen Verwendung politischer Theorien in Deutschschweizer Abschlussarbeiten wider. Mit Blick auf die Rolle des Hochschultyps stellt sich die Frage nach theoretischen Besonderheiten universitärer Abschlussarbeiten gegenüber «praktischen und potenziell theorieschwachen Medienstudiengängen an Fachhochschulen» (Schweiger et al., 2009, S. 545). Anzeichen einer stärkeren Praxisorientierung der Fachhochschulen zeigen sich im häufigeren Einsatz von Praktiker-, PR-, sowie Werbetheorien. Augenfällig wird dabei jedoch weniger ein Defizit in der Theoriearbeit von Fachhochschulen, sondern vielmehr eine gewisse Komplementarität zwischen den Hochschultypen.

4.3 Konturierung der kommunikationswissenschaftlichen Fachidentität: Methoden

Abschlussarbeiten des ersten Zeitraumes weisen ein breites Methodenspektrum auf: Neben Inhaltsanalysen (61%) und standardisierten Befragungen (22%), die von Anfang an den kommunikationswissenschaftlichen Methodenkern ausmachen,

finden sich auch Methodenkombinationen (6%), qualitative Interviews (6%) und phänomenologische / hermeneutische Verfahren (5%) (siehe Abb. 4). Obwohl quantitative Verfahren der Datenerhebung in diesem ersten Zeitraum mit 36% (vs. 21% qualitativ) leicht dominieren (siehe Abb. S5 im Online Supplement), kann dennoch von einem frühen Pluralismus methodischer Zugänge mit unterschiedlichen disziplinären Wurzeln ausgegangen werden (Saxer, 2002). Dass allerdings über 40% aller Abschlussarbeiten ohne Datenerhebung auskommen, ist Indiz für die insgesamt untergeordnete Stellung methodischer Auseinandersetzungen in der frühen Kommunikationswissenschaft (Meyen & Averbek-Lietz, 2016, S. 2).

Zwischen 1996 und 2008 wird die sozialwissenschaftlich-empirische Umorientierung neben dem Fachgegenstands- und Theoriebereich auch im Methodenrepertoire erkennbar. Dies wird einerseits durch das Aufkommen der experimentellen Forschung (4%) als Ausdruck der Hinwendung zur Wirkungs- und Nutzungsforschung sowie durch das Verschwinden phänomenologischer / hermeneutischer Verfahren deutlich (siehe Abb. 4). Ande-

rerseits geht der Anteil an Arbeiten ohne Datenerhebung stark zurück (ohne Abbildung), was als Anzeichen für den «Siegeszug standardisierter Erhebungs- und datenanalytischer Auswertungsverfahren» (Meyen & Averbek-Lietz, 2016, S. 2) betrachtet werden kann. Die zunehmende empirische Ausrichtung studentischer Abschlussarbeiten ist dabei vermutlich weniger eine direkte Folge des Methodenstreits auf Fachebene, sondern vielmehr Ergebnis der Verfügbarkeit der operationalisierungsfreundlicheren Theorien mittlerer Reichweite bei gleichzeitiger Einführung methodologischer Standards an Schweizer Universitäten (Meier, 2005).

Parallel zur deutlich «empirisch arbeitenden Sozialwissenschaft», die Schweiger et al. (2009, S. 547) in Abschlussarbeiten aus der TRANSFER-Datenbank beobachten, verfestigt sich die dominierende Stellung sozialwissenschaftlicher Methoden in studentischen Abschlussarbeiten in der letzten Phase (2008–2017) weiter. Neben dem weiteren Rückgang «datenloser» Abschlussarbeiten auf nur 20% bleiben Inhaltsanalysen (32%), standardisierte Befragungen (20%) und qualitative Interviews (27%) weiterhin die meistverwendeten Zugänge (siehe Abb. S5 im Online Supplement). Trotz einer leichten Zunahme bleiben Untersuchungen mit Experimentaldesign (6%) eher selten. Dass in immerhin 15% aller Abschlussarbeiten mehrere Methoden der Datenerhebung kombiniert werden, spricht für einen stärkeren studentischen Fokus auf der Methodenarbeit. So sind auch «digitale Methoden», obwohl seit über einem Jahrzehnt fester Teil der kommunikationswissenschaftlichen Forschungspraxis (Niemann-Lenz et al., 2019), in studentischen Abschlussarbeiten kaum vertreten.

Die starke hermeneutisch-qualitativ geprägte französische Fachtradition (Averbek, 2008b) zeigt sich auch verstärkt im Einsatz qualitativer Interviews in Abschlussarbeiten der französischsprachigen Schweiz (siehe Abb. S6 im Online Supplement). Auch an Fachhochschulen wird dominierend auf diese Methode der Datenerhebung zurückgegriffen. Standardisierte Befragungen und auch Methoden-

kombinationen finden sich vor allem in der deutsch- und italienischsprachigen Schweiz. Dies kann als Indiz für eine starke – auch personelle – Vernetzung der Institute in der Deutschschweiz sowie der Università della Svizzera italiana in Lugano gewertet werden.

5 Fazit: Thesen zur Zukunft der Schweizer Kommunikationswissenschaft

Im Fokus aktueller Debatten zum kommunikationswissenschaftlichen Fachverständnis stehen die Fragen nach dem *Gegegenstand*, den *Theorien*, den *Methoden* und damit auch nach der gesellschaftlichen Rolle und Leistungsfähigkeit der Kommunikationswissenschaft. Für die Schweiz interessiert darüber hinaus auch der Einfluss verschiedener Sprach- und Kulturräume sowie der bedeutsamen Fachhochschulen für die Fachidentität «helvetischer Manier» (Saxer, 2002). Auf der Basis einer kurzen Zusammenfassung und Interpretation der empirischen, diachronen und synchronen Daten zur fachgegenständlichen (Materialobjekt, Formalobjekt: Erkenntnisinteresse, Kommunikationssphäre), theoretischen und methodischen Entwicklung der kommunikationswissenschaftlichen Abschlussarbeiten in der Schweiz sollen nachfolgend jeweils Antworten in Thesenform auf die eingangs debattierten normativen Fragen zur Diskussion gestellt werden.

Dabei müssen jedoch zwei Einschränkungen berücksichtigt werden: Erstens dient der Inhalt von Abschlussarbeiten nur als einer von mehreren Indikatoren (wie bspw. Publikationen, Tagungsbeiträge und Lehr-Curricula) zur Messung der Fachidentität. Er allein kann daher keinesfalls Anspruch auf Repräsentativität erheben. Zweitens handelt es sich bei Abschlussarbeiten um träge Indikatoren für die Fachidentität, da Abschlussarbeiten meist im Kontext von oder angeregt durch Lehrinhalte entstehen, die meist auf lang konzipierten Curricula basieren. Innovative und aktuelle Entwicklungen spiegeln

sich erst mit zeitlicher Verzögerung in der Lehre wider.

lysen, Erklärungen und Lösungsansätze vermittelt.

5.1 Fachgegenstände (Materialobjekt)

Wie die Daten zum Fachgegenstand der Kommunikationswissenschaft deutlich machen, orientiert sich die Forschung am jeweilig aktuellen technologischen «state of the art»: Analysiert wird, was sich für die vor allem öffentliche Kommunikation im jeweiligen Zeitraum als besonders relevant erweist: Zunächst galt die wissenschaftliche Aufmerksamkeit der Presse, die im Rahmen von Studien zur Medieninhalts- oder Journalismusforschung im Fokus stand. Auch Filme waren Materialobjekt erster studentischer Abschlussarbeiten. Im Verlauf der Zeit nahm das Interesse an diesen Analysegegenständen in gleichem Masse ab, wie es für die sich neu etablierenden Online-Medien zunahm.

Zumindest ein Teil der Schweizer Kommunikationswissenschaft zeichnet sich mit Blick auf ihr Materialobjekt durch eine vergleichsweise Flexibilität aus (Theis-Berglmair, 2016, S. 385). Dies stützt auch die Beobachtung einer Schweizer (Teil) Community (Buhmann et al., 2015), die sich dezidiert an den «emerging fields» orientiert. Diese Offenheit ist jedoch auch notwendig, wenn sie aktuelle technische und gesellschaftliche Veränderungen analysieren, erklären und ggf. auch mitgestalten will. Entscheidend ist dabei jedoch, die Kommunikationswissenschaft nicht auf ihr präferiertes Materialobjekt zu reduzieren (Strippel et al., 2018a) und die Diskussion um das Materialobjekt als Debatte um die gesamte Fachidentität deren Relevanz sowie theoretisches und methodisches Werkzeug zu missdeuten. Zum Materialobjekt lassen sich folgende Thesen formulieren:

Das Materialobjekt der Kommunikationswissenschaft spiegelt technische Entwicklungen und gesellschaftliche Nutzungsmuster wider und ist daher einem ständigen Wandel unterworfen. Die Kommunikationswissenschaft wird damit ihrer Rolle als Sozial- und Gesellschaftswissenschaft gerecht – vor allem wenn die Forschung gesamtgesellschaftliche Ana-

5.2 Fachgegenstände (Formalobjekt)

Konfliktreicher für die Bestimmung der Fachidentität ist im Weiteren die Klärung der Frage zur Kommunikationssphäre und damit zum Merkmal der Öffentlichkeit als Bedingung bzw. Notwendigkeit für eine kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung. So plädiert bspw. Andreas Hepp (2016) dafür, jegliche medienvermittelte Kommunikation als Forschungsgegenstand zu begreifen, während Hans-Bernd Brosius (2016) kommunikationswissenschaftliche Forschung als die Analyse öffentlicher Kommunikation verstanden wissen will. Wie die Analyse der Abschlussarbeiten zeigt, war nicht-öffentliche Kommunikation in keiner Phase ein dominierender, jedoch auch immer ein berücksichtigter Analysegegenstand. Basierend auf diesen Daten scheint es daher plausibel anzunehmen, dass sich die Kommunikationswissenschaft vor allem mit öffentlicher und damit auch beobachtbarer (Brosius, 2016) Kommunikation auseinandersetzt. Mit Blick auf die zunehmend synchrone Mediennutzung, das konvergente und über Algorithmen personalisierte Medienangebot und die zahlreichen Interaktionsprozesse und Interdependenzen zwischen öffentlicher und nicht-öffentlicher Kommunikation ist eine dogmatische Trennung zwischen den Kommunikationssphären nicht immer möglich oder gar sinnvoll. So liefern bspw. Analysen über den Einsatz und den Nutzen von geschlossenen Facebook- oder WhatsApp-Gruppen während der TV-Nutzung via Second Screen ebenso relevante kommunikationswissenschaftliche Einsichten wie die frühen Studien zur Bedeutung der Meinungsführer bei der Wirkung von Medieninhalten in der Wahlkampfzeit (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944). Entscheidend ist hier aus Sicht der AutorInnen, dass die nicht-öffentliche Kommunikation eine Rolle für gesellschaftliche Prozesse und / oder eine relevante Einflussgröße für das Verständnis und die Wirkung von öffentlicher Kom-

munikation spielt oder spielen kann. Auch Forschung über Mensch-Maschine-Interaktionen, wie sie bspw. im Rahmen einer neugegründeten Interessengruppe (Human-Machine Communication) innerhalb der ICA institutionalisiert wurde, kann daher grundsätzlich ebenfalls Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Forschung sein. Voraussetzung dafür ist aber deren Bedeutung für den öffentlichen Diskurs, z.B. auch die Kommunikation von Unternehmen mit Fokus auf deren externe Zielgruppen. Gemeinsamer Nenner kommunikationswissenschaftlicher Forschung wäre demzufolge die mediale Kommunikation mit gesellschaftlicher Relevanz, die sich in der Wahl eines entsprechenden Erkenntnisinteresses niederschlägt.

Die vorliegenden empirischen Daten für in Abschlussarbeiten behandelte Erkenntnisinteressen machen deutlich, dass in der ersten analysierten Phase des Fachs vor allem gesamtgesellschaftliche Fragestellungen im Zusammenhang von Medienpolitik, Medienrecht, Öffentlichkeit und Demokratie bearbeitet wurden, während in den folgenden Phasen zunehmend Fragen zur PR und Organisationskommunikation sowie Wirkungs- und Nutzungsforschung ins Zentrum rückten. Die erwünschte Zuwendung der Kommunikationsforschung zum digitalen Wandel und dessen Folgen für Demokratie und Gesellschaft (Jarren et al., 2019) ist zumindest in den Abschlussarbeiten (noch) nicht ersichtlich. Folgt man zudem auch den Forderungen von Krüger und Meyen (2018) nach einer stärkeren gesellschaftlichen Verankerung kommunikationswissenschaftlicher Forschung, so müsste diese Entwicklung kritisch und mit einem Votum zu stärkerer sozialer Rückbindung verbunden werden. Diese Entwicklungen lassen sich vor allem an deutsch- und italienischsprachigen Hochschulen ausmachen. Französischsprachige Abschlussarbeiten widmen sich hingegen vergleichsweise häufig den Leistungen und Prozessen des Journalismus. Mit Blick auf den kommunikationswissenschaftlichen *Fachgegenstand (Formalobjekt)* lassen sich schlussfolgernd folgende Thesen zur Diskussion stellen:

Gegenstand (Formalobjekt) der Schweizer Kommunikationswissenschaft ist primär die öffentliche und damit beobachtbare Kommunikation. Nicht-öffentliche Kommunikation oder nicht-öffentliches Medienhandeln ist jedoch relevant, wenn deren Analyse Erkenntnisse für das Verständnis von öffentlicher Kommunikation oder gesellschaftliches Funktionieren bietet.

5.3 Theorien

Die mit jeder analysierten Phase abnehmende Zahl der Abschlussarbeiten ohne theoretischen Rahmen belegt zunächst erst einmal einen deutlichen Entwicklungs- und Institutionalierungsgrad der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Zudem zeigt es, dass bestehende Theorien – zumindest für studentische Abschlussarbeiten – auch ausreichenden Kontext und Ansatz für die Analyse von Online-Medien, die in der letzten Phase starke Beachtung fanden, bieten können. Damit legen die Daten die Interpretation nahe, dass – anders als befürchtet (Hepp, 2016, S. 237) – die bisherigen vor allem für die Massenkommunikation entwickelten Theorien für digitale Fragestellungen adaptiert und ergänzt werden können (Theis-Berglmair, 2016, S. 388), wie dies bspw. mit der Schweigespirale für Online-Debatten (Porten Chée & Eilders, 2015) oder auch dem Hostile-Media-Phänomen im Kontext von Social Media (Arlt, Dalmus, & Metag, 2019) geleistet wird.

In Analogie zur Entwicklung der Erkenntnisinteressen zeigt sich auch bei den Theorien ein Trend von makrotheoretischen, fachfremden hin zu meso- und mikrotheoretischen, fachinternen Konzepten und Ansätzen. Die der Kommunikationswissenschaft «inhärente» Interdisziplinarität (Strippel et al., 2018a) zeigt sich damit im Theorieneinsatz nur in abnehmendem Masse. Zudem konnten die Daten transnationale Einflüsse der Fachidentitäten der grossen Nachbarstaaten – Frankreich und Deutschland – auf den Theorieeinsatz in den Schweizer Sprachregionen deutlich machen (Averbeck 2008a, 2008b). Die These zur kommunikationswissenschaftli-

chen Fachidentität mit Blick auf den Theoriekanon lautet:

Die Schweizer Kommunikationswissenschaft greift – mit sprachregionaler und hochschultypischer Akzentuierung – auf einen bestehenden Kanon theoretischer Konzepte und Ansätze zurück. Eine Entwicklung neuer Theorien für die Analyse digitaler Entwicklungen und Abkehr von bestehenden Theorieperspektiven scheint dabei nicht immer geboten zu sein. Die Adaption und Erweiterung bestehender Konzepte auf digitale Kontexte ist weitgehend möglich.

5.4 Methoden

In Abschlussarbeiten an Schweizer kommunikationswissenschaftlichen Instituten wird auf den klassischen Methodenkanon der Kommunikationswissenschaft (Inhaltsanalyse, Befragung, Experiment) zurückgegriffen. Die Beobachtung spielt eine untergeordnete Rolle. Auffallend ist dabei jedoch, dass der Stellenwert der Inhaltsanalyse und damit einer genuin-fachspezifischen Methode zu Gunsten von Befragungen, Interviews und Studien im Experimentaldesign abgenommen hat. Dies kann an den sich veränderten, vor allem zunehmend auf Nutzungs- und Wirkungsannahmen basierenden Fragestellungen liegen. Zudem kann es aber auch an der vergleichsweise guten Zugänglichkeit und Standardisierung von Befragungsinstrumenten und Skalen (Rössler, 2011) liegen, die Forschenden und vor allem Studierenden die Operationalisierung erheblich erleichtern. Dass qualitative Interviews im Zeitverlauf zunehmen, legt zudem auch die Interpretation nahe, dass sie, wie teilweise gefordert (Hepp, 2016, S. 236), auch im Zusammenhang mit Forschungsinteressen im Onlinebereich angewendet werden. Anpassungen und Erweiterungen des methodischen Instrumentariums sind jedoch vor allem auf der Ebene der Datenerhebung und damit im Zusammenhang auch der Stichprobenziehung relevant, da hier Wege gefunden werden müssen, um mit den fast grenzenlosen «Big» Daten und den kaum bestimmbar Grundgesamtheiten im Onlinebereich un-

ter Wahrung ethischer Standards umgehen zu können. Hierfür bedarf es jedoch eines Trainings junger und etablierter KommunikationswissenschaftlerInnen (Niemann-Lenz et al., 2019) und damit einhergehend einer Neugestaltung der Lehr-Curricula (Strippel et al., 2018b). Dabei verlangt und ermöglicht die Herausforderung eines digitalen Methodenkanons auch vermehrt transdisziplinäre Kollaborationen, was Berührungspunkte zwischen heterogenen (Teil-)Communities fördern könnte (Probst et al., 2019). Die Thesen zur methodischen Positionierung des Fachs in der Schweiz lauten wie folgt:

Die Inhaltsanalyse, Befragungen, Interviews und Experimente zählen zu den klassischen Methoden der Schweizer Kommunikationswissenschaft, wobei die Inhaltsanalyse und damit eine der genuinen disziplininternen Methoden an Bedeutung verliert. Das Methodenrepertoire hilft bei der Beantwortung von Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Es bedarf jedoch der Adaption und Ergänzung durch neue automatisierte und softwarebasierte (bestenfalls offen zugängliche) Technologien – vor allem bei der Datenerhebung und Stichprobenziehung.

Die vorliegende Studie bietet umfassende diachrone und synchrone Erkenntnisse zur Fachidentität der Schweizer Kommunikationswissenschaft. Dabei konnten nicht nur Hinweise auf die Entwicklung und den aktuellen Stand der Fachidentität nachgezeichnet und aufgezeigt, sondern auch Schweizer Spezifika, die durch den Einfluss der Sprachregionen sowie die starke Stellung der Fachhochschulen begründet sind, identifiziert werden. Dies kann als ein Votum für international vergleichende Forschung zur Fachidentität verstanden werden. Um der Flexibilität und Anpassung der Kommunikationswissenschaft als Gesellschaftswissenschaft bspw. mit Blick auf ihr Materialobjekt auch in der Forschung ihrer Fachidentität gerecht werden zu können, bedarf es jedoch regelmässiger Erhebungen.

Danksagung

Das Autorenteam dankt der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft für die finanzielle Unterstützung des Forschungsprojekts, welche für die bibliothekarische Recherche und Codierung der Abschlussarbeiten verwendet wurde. An dieser Stelle geht der Dank auch an Michelle Möri und Severin Lüthi für ihre Unterstützung.

Interessenkonflikt

Die AutorInnen erklären, dass kein Interessenkonflikt besteht.

Supplementary material

Zu diesem Beitrag ist ein von den AutorInnen erstelltes Online Supplement verfügbar. <https://www.hope.uzh.ch/scoms/article/view/j.scoms.2022.02.002>

Literatur

- Altmeppen, K.-D., Franzetti, A., & Evers, T. (2017). Die Polymorphie der Kommunikationswissenschaft: Chancen und Risiken einer disziplinären Themen- und Theorienpluralität. In M. Beiler & B. Bigl (Hrsg.), *100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland: Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin* (S. 159–176). Konstanz: UVK.
- Altmeppen, K. D., Franzetti, A., & Kössler, T. (2013). Das Fach Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 58(1), 45–68. <https://doi.org/10.1007/s11616-012-0166-5>
- Altmeppen, K. D., Weigel, J., & Gebhard, F. (2011). Forschungslandschaft Kommunikations- und Medienwissenschaft. *Publizistik*, 56(4), 373–398. <https://doi.org/10.1007/s11616-011-0132-7>
- Arlt, D., Dalmus, C., & Metag, J. (2019). Direct and indirect effects of involvement on hostile media perceptions in the context of the refugee crisis in Germany and Switzerland. *Mass Communication and Society*, 22(2), 171–195. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1536791>
- Averbeck, S. (2008a). Comparative history of communication studies: France and Germany. *Open Communication Journal*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.2174/1874916X00802010001>
- Averbeck, S. (2008b). Über die Spezifika «nationaler Theoriediskurse»: Kommunikationswissenschaft in Frankreich. In C. Winter, A. Hepp, & F. Krotz (Hrsg.), *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 211–228). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90778-9_11
- Averbeck, S., & Kutsch, A. (2002). Thesen zur Geschichte der Zeitungs- und Publizistikwissenschaft 1900–1960. *medien & zeit*, 17(2–3), 57–66.
- Averbeck, S., & Kutsch, A. (2005). *Zeitung, Werbung, Öffentlichkeit. Biographisch-systematische Studien zur Frühgeschichte der Kommunikationsforschung*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Bigl, B., Schultze, D., & Heinisch, S. (2017). Zwischen Flexibilisierung und Profilierung. Curricularanalyse zum Status quo der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Lehrveranstaltungen im deutschsprachigen Raum. In M. Beiler & B. Bigl (Hrsg.), *100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin* (S. 177–198). Konstanz: UVK.
- Brosius, H.-B. (2016). Warum Kommunikation im Internet öffentlich ist. *Publizistik*, 61(4), 363–372. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0304-6>
- Brosius, H.-B., & Haas, A. (2009). Auf dem Weg zur Normalwissenschaft. *Publizistik*, 54(2), 168–190. <https://doi.org/10.1007/s11616-009-0034-0>
- Brosius, H.-B., & Haas, A. (2015). Zum Publikationsverhalten in der deutschen Kommunikationswissenschaft. In O. Jandura, T. Petersen, C. Mothes, & A. M. Schiededecke (Hrsg.), *Publizistik und gesellschaftliche Verantwortung* (S. 39–57). Wiesbaden: Springer.
- Bühl, W. L. (1974). *Einführung in die Wissenschaftssoziologie*. München: C.H. Beck Verlag.
- Buhmann, A., Ingenhoff, D., & Lepori, B. (2015). Dimensions of diversity: Mapping the field of media and communication

- studies by combining cognitive and material dimensions. *Communications*, 40(3), 267–293. <https://doi.org/10.1515/commun-2015-0010>
- Clark, T. N. (1974). Die Stadien wissenschaftlicher Institutionalisierung. In P. Weingart (Hrsg.), *Wissenschaftssoziologie II. Determinanten der wissenschaftlichen Entwicklung* (S. 105–121). Frankfurt a. M.: Athenäum-Fischer-Taschenbuch-Verlag.
- Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) (2008). *Kommunikation und Medien in der Gesellschaft: Leistungen und Perspektiven der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Eckpunkte für das Selbstverständnis der Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Abgerufen unter <https://www.dgpuk.de/de/selbstverstandnis-der-dgpuk.html>
- Dogruel, L. (2019). Medienstrukturen quovadis? *Publizistik*, 64(1), 7–14. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-00464-0>
- 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(1), 46–72. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2005-1-46>
- Gerhards, J., & Neidhardt, F. (1990). *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze*. Berlin: WZB Discussion Paper.
- Günther, E., & Domahidi, E. (2017). What communication scholars write about: An analysis of 80 years of research in high-impact journals. *International Journal of Communication*, 11, 3051–3071. Abgerufen unter <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6989>
- Hagen, S., Frey, F., & Koch, S. (2015). Theoriebildung in der Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 60(2), 123–146. <https://doi.org/10.1007/s11616-015-0229-5>
- Hepp, A. (2016). Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. *Publizistik*, 61(3), 225–246. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0263-y>
- Jarren, O. (2016). Nicht Daten, sondern Institutionen fordern die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft heraus. *Publizistik*, 61(4), 373–383. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0301-9>
- Jarren, O., Künzler, M., & Puppis, M. (2019). Medienstrukturen als zentrales Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 64(4), 417–426. <https://doi.org/10.1007/s11616-019-00517-y>
- Jünger, J., & Schade, H. (2018). Liegt die Zukunft der Kommunikationswissenschaft in der Vergangenheit? Ein Plädoyer für Kontinuität statt Veränderung bei der Analyse von Digitalisierung. *Publizistik*, 63(4), 497–512. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0457-6>
- Koch, T., & Geiß, S. (2019). Wie zuverlässig ist das Peer-Review-Verfahren? Eine Untersuchung der Interrater-Reliabilität von Gutachter*innen auf DGPuK-Tagungen. *Studies in Communication and Media*, 8(2), 203–235. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2019-2-203>
- Koenen, E. (2018). Digitale Perspektiven in der Kommunikations- und Mediengeschichte. *Publizistik*, 63(4), 535–556. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0459-4>
- Krüger, U., & Meyen, M. (2018). Auf dem Weg in die Postwachstumsgesellschaft. Plädoyer für eine transformative Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 63(3), 341–357. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0424-2>
- Künzler, M. (2009). *Die Liberalisierung von Radio und Fernsehen. Leitbilder der Rundfunkregulierung im Ländervergleich*. Konstanz: UVK.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice*. Oxford: Duell, Sloan & Pearce.
- Lepori, B., Probst, C., & Ingenhoff, D. (2012). Profile statt Rankings. Eine Methode zur Darstellung von Aktivitäten institutioneller Einheiten der Kommunikationswissenschaft. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(1), 80–101. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2012-1-80>
- Löblich, M. (2010). *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungswissenschaft*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Löblich, M., & Scheu, A. M. (2011). Writing the history of communication studies: A sociology of science approach. *Communi-*

- nication Theory*, 21(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01373.x>
- Löffelholz, M., & Quandt T. (2003). Kommunikationswissenschaft im Wandel. In M. Löffelholz & T. Quandt (Hrsg.), *Die neue Kommunikationswissenschaft* (S. 13–42). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Losee, J. (2004). *Theories of scientific progress: An introduction*. New York: Routledge.
- Masmoudi, M. (1979). The new world information order. *Journal of Communication*, 29(2), 172–179. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1979.tb02960.x>
- Meier, P. (2005). Im Spannungsfeld falscher Erwartungen: Entwicklungsgeschichte einer Fachdisziplin zwischen Wissenschaft und Praxis an der Universität Bern. In E. Schade (Hrsg.), *Publizistikwissenschaft und öffentliche Kommunikation. Beiträge zur Reflexion der Fachgeschichte* (S. 111–150). UVK: Konstanz.
- Meyen, M., & Averbeck-Lietz, S. (2016). Nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft: Eine Entwicklungsgeschichte zur Einführung. In S. Averbeck-Lietz & M. Meyen (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 1–14). Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-01656-2>
- Niemann-Lenz, J., Bruns, S., Hefner, D., Knop-Hülss, K., Possler, D., Reich, S., ... Klimmt, C. (2019). Computational communication science | crafting a strategic roadmap for computational methods in communication science: Learnings from the CCS 2018 Conference in Hanover – Commentary. *International Journal of Communication*, 13, 3885–3893. Abgerufen unter <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/10534>
- Peckhaus, V., & Thiel, C. (1999). Kontextuelle Disziplinengeschichtsschreibung. In V. Peckhaus & C. Thiel (Hrsg.), *Disziplinen im Kontext. Perspektiven der Disziplinengeschichtsschreibung* (S. 9–19). München: Fink.
- Peiser, W., Hastall, M., & Donsbach, W. (2003). Zur Lage der Kommunikationswissenschaft und ihrer Fachgesellschaft. Ergebnisse der DGPK-Mitgliederbefragung 2003. *Publizistik*, 48(3), 310–339. <https://doi.org/10.1007/s11616-003-0078-5>
- Porten-Cheé, P., & Eilders, C. (2015). Spiral of silence online: How online communication affects opinion climate perception and opinion expression regarding the climate change debate. *Studies in Communication Sciences (SComS)*, 15(1), 143–150. <https://doi.org/10.1016/j.scoms.2015.03.002>
- Potthoff, M., & Kopp, S. (2013). Die meistbeachteten Autoren und Werke der Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 58(4), 347–366. <https://doi.org/10.1007/s11616-013-0185-x>
- Probst, C., Buhmann, A., Ingenhoff, D., & Lepori, B. (2019). Evolution of a field: Swiss media and communication studies. *Studies in Communication Sciences (SComS)*, 19(1), 7–23. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2019.01.002>
- Probst, C., & Lepori, B. (2007). Für eine Kartographie der Schweizer Kommunikationswissenschaften. Methodologische Überlegungen und ausgewählte Resultate. *Studies in Communication Sciences (SComS)*, 7(1), 253–270. <https://doi.org/10.5169/seals-791076>
- Rohrbach, T., Oehmer, F., & Schönhagen, P. (2017). Ein integratives Modell zur Analyse von Fachidentität in der Kommunikationswissenschaft. Theoretische Entwicklung und eine Fallstudie zu 50 Jahren Kommunikationswissenschaft und Medienforschung in Fribourg. *medien & zeit*, 32(2), 56–67. Abgerufen unter <https://medienundzeit.at/wp-content/uploads/2017/05/mz-2-2017-digital.pdf>
- Rohrbach, T., & Oehmer, F. (2021). Die Fachidentität der Schweizer Kommunikations- und Medienwissenschaft. Eine Analyse der Erkenntnisinteressen, Untersuchungsobjekte, Theorien und Methoden von Abschlussarbeiten kommunikations- und medienwissenschaftlicher Institutionen. Codebuch. *Open Science Foundation*. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/YVHBF>
- Rössler, P. (2011). *Skalenhandbuch Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer.
- Saxer, U. (2002). Kommunikations-, Publizistik- und Medienwissenschaft nach helvetischer Manier. In R. Oppenheim, D. Stolte, & F. Zölch (Hrsg.), *Das Publikum*

- als Programm: Festschrift zum sechzigsten Geburtstag von Professor Dr. Matthias Steinmann – Forscher, Unternehmer und Autor* (S. 93–115). Bern: Stämpfli.
- Saxer, U. (2005). Zur Ausdifferenzierung von Lehre und Forschung der Publizistikwissenschaft: Das Beispiel Schweiz. In E. Schade (Hrsg.), *Publizistikwissenschaft und öffentliche Kommunikation. Beiträge zur Reflexion der Fachgeschichte* (S. 69–110). Konstanz: UVK.
- Saxer, U. (2007). Schweizerische Kommunikationswissenschaft: Transdisziplinär? *Studies in Communication Sciences (SComS)*, 7(1), 231–252. <http://doi.org/10.5169/seals-791075>
- Schade, E. (Hrsg.) (2005). *Publizistikwissenschaft und öffentliche Kommunikation. Beiträge zur Reflexion der Fachgeschichte*. Konstanz: UVK.
- Schulz, W. (2018). *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schweiger, W., Rademacher, P., & Grabmüller, B. (2009). Womit befassen sich kommunikationswissenschaftliche Abschlussarbeiten? *Publizistik*, 54(4), 533–552. <https://doi.org/10.1007/s11616-009-0061-x>
- Strippel, C., Bock, A., Katzenbach, C., Mahrt, M., Merten, L., Nuernbergk, C., ... Waldherr, A. (2018a). Die Zukunft der Kommunikationswissenschaft ist schon da, sie ist nur ungleich verteilt. *Publizistik*, 63(1), 11–27. <https://doi.org/10.1007/s11616-017-0398-5>
- Strippel, C., Bock, A., Katzenbach, C., Mahrt, M., Merten, L., Nuernbergk, C., ... Waldherr, A. (2018b). Theoretische und methodische Antworten der Kommunikationswissenschaft auf Herausforderungen der Digitalisierung. *Publizistik* 63(4), 469–476. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-0462-9>
- Szyszka, P. (2013). Der PR-Theorie-Diskurs: Versuch einer Rekonstruktion. In O. Hoffjann & S. Huck-Sandhu (Hrsg.), *Unvergessene Diskurse. 20 Jahre PR- und Organisationskommunikationsforschung* (S. 237–282). Wiesbaden: Springer.
- Theis-Berglmair, A. M. (2016). Auf dem Weg zu einer Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 61(4), 385–391. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0302-8>
- Turner, S., & Hanel, R. (2011). Peer-review in a world with rational scientists: Toward selection of the average. *The European Physical Journal B*, 84(4), 707–711. <https://doi.org/10.1140/epjb/e2011-20545-7>
- Truong, V. D., & Dietrich, T. (2018). Master's thesis research in social marketing (1971–2015). *Journal of Social Marketing*, 8(1), 58–98. <https://doi.org/10.1108/JSO-CM-11-2016-0072>
- Wagner, H. (1993). Kommunikationswissenschaft – ein Fach auf dem Weg zur Sozialwissenschaft. Eine wissenschaftsgeschichtliche Besinnungspause. *Publizistik*, 38(4), 491–526.
- Wagner, H., & Starkulla, H. (1997). *Erfolgreich Kommunikationswissenschaft (Zeitungs-wissenschaft) studieren. Einführung in das Fach und das Studium*. München: Fischer.
- Wendelin, M. (2008). Kanonisierung in der Kommunikationswissenschaft. Lehrbuchentwicklung als Indikator einer «kognitiven Identität». *medien & zeit*, 23(4), 28–36.
- Wiedemann, T. (2019). Die Praxis als indirekter Taktgeber der Publizistikwissenschaft. Der Zusammenhang von Akteurs-Eigenschaften, Fachstrukturen und Strategien der Legitimationsgewinnung. *medien & zeit*, 34(1), 14–21.
- Wilke, J. (2010). Von der «entstehenden» zur «etablierten» Wissenschaft. Die institutionelle Entwicklung der Kommunikationswissenschaft als universitäre Disziplin. In J. Wilke, *Personen, Institutionen, Prozesse. Fachgeschichtliche Beiträge zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* (S. 197–218). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Wilke, J. (2014). Von der «entstehenden Wissenschaft» zur «Big Science»? Die deutsche Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Rückblick auf 50 Jahre. In B. Stark, O. Quiring, & N. Jakob (Hrsg.), *Von der Gutenberg-Galaxis zur Google-Galaxis. Alte und neue Grenzvermessungen nach 50 Jahren DGpuK* (S. 43–70). Konstanz: UVK.
- Wilke, J. (2019). Die Kluft schließt sich. Über die zunehmende Synchronisierung von Medienentwicklung und Medienforschung. *medien & zeit*, 34(1), 22–27.
- Zong, Q. J., Shen, H. Z., Yuan, Q. J., Hu, X. W., Hou, Z. P., & Deng, S. G. (2013). Doctoral

dissertations of library and information
science in China: A co-word analysis.
Scientometrics, 94(2), 781–799. [https://doi.
org/10.1007/s11192-012-0799-1](https://doi.org/10.1007/s11192-012-0799-1)