

Inspiration und Identität

Bibliometrische Befunde zur kommunikationswissenschaftlichen Fachgeschichte

Matthias Potthoff / Siegfried Weischenberg

Die deutsche Kommunikationswissenschaft hat im Hinblick auf ihr Selbstverständnis und ihre Forschungsgegenstände sowohl in den 1960er als auch in den 1990er Jahren wesentliche Umbrüche erlebt. Anhand einer Analyse von Sprache, Publikationsart, Alter und Thema der in den Fachzeitschriften Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft zitierten Werke wird in diesem Beitrag nachgezeichnet, durch welche Quellen sich das Fach in den jeweils folgenden Jahrzehnten (1970er und 2000er Jahre) inspirieren ließ und womit es sich inhaltlich beschäftigte. Diese bibliometrische Herangehensweise, auf der die Analyse beruht, vermittelt detaillierte Erkenntnisse darüber, wie das Fach seine neue Identität auf der Basis von Forschung entwickelte. Festzustellen war eine vergleichsweise umfangreiche Zitation von Werken zu massenkommunikativen Phänomenen, journalistischen Kommunikatoren bzw. Inhalten und den technischen Verbreitungsmedien Fernsehen und Print (später auch dem Internet). Die im Vergleich der beiden Jahrzehnte anteilig zunehmende Zitation von originär kommunikationswissenschaftlichen sowie englischsprachigen Werken verweist auf stärker werdende Einflüsse von innerhalb des Fachs und außerhalb Deutschlands.

Schlagwörter: Bibliometrie, Zitationen, Publizistik (Fachzeitschrift), Medien & Kommunikationswissenschaft (Fachzeitschrift), Fachgeschichte

1. Bibliometrie als fachgeschichtliche Methode

Die Geschichte der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Medien und öffentlicher Kommunikation in Deutschland ist eng verknüpft mit der Entwicklung „[v]on der Zeitungsüber die Publizistik- zur Kommunikationswissenschaft“ (Glotz 1990) – also einem zweifachen Namenswechsel. Der erste hin zur Publizistik(-wissenschaft) wurde schon in den 1920er Jahren von Karl Jaeger, einem Schüler Karl Büchers, angeregt (vgl. Pürer 2003: 37), aber in konsequenter Weise erst nach dem Zweiten Weltkrieg vollzogen, und zwar von Emil Dovifat und Walter Hagemann (vgl. Bohrmann 1997: 55). Der zweite in den 1970er Jahren hin zur Kommunikationswissenschaft war begleitet von deutlichen Warnungen vor einer terminologischen Entgrenzung, die zu Identitätsproblemen führen werde (vgl. Ronneberger 1978, Saxer 1980). Was in diesem Fach nun genau geforscht werden soll, ließ sich dann in der Tat nur schwer abgrenzen, so dass Winfried Schulz (2006: 96) ganz pragmatisch vorschlug, sich auf folgende Lesart zu verständigen: „Communication research is what communication researchers make it.“ Dies bedeutet aber sozusagen einen *empirischen Auftrag*: sich dafür zu interessieren, welche Themen Kommunikationsforscher ins Visier nehmen, woher sie ihre Ideen beziehen und in welcher Weise sich das Fach verändert (hat). Mit anderen Worten: Die Kommunikationswissenschaft muss sich selbst als Forschungsgegenstand ernst nehmen – eine Botschaft, die inzwischen offenbar auch in Deutschland angekommen ist. Seit einer Reihe von Jahren sind entsprechende reflexive Aktivitäten zu registrieren. Meistens mithilfe von (biographischen) Interviews, seltener mittels Inhalts- bzw. Materialanalysen wurden dabei thematische Entwicklungen rekonstruiert und Karrieremuster der Protagonisten dekonstruiert. Den Befunden sind Hinweise auf fachliche Wandlungsprozesse insbesondere in den vergangenen 50 Jahren zu entnehmen.

Dass Fachgeschichte zu einem relevanten Forschungsbereich geworden ist (vgl. z. B. Arnold 2007), mag zum einen an der Expansion und Ausdifferenzierung der Kommunikationswissenschaft liegen. Vor allem jüngere Wissenschaftler(innen) haben hier ein Feld ausgemacht, das noch bestellt werden kann und dessen Erträge eine gewisse Aufmerksamkeit versprechen. Zum anderen kann aber auch die beobachtbare Tendenz eine Rolle spielen, eine intensivere disziplinäre Selbstvergewisserung zu betreiben – in theoretischer wie in methodischer Hinsicht. Diese war in den vergangenen Jahren z. B. auf die „Klassiker der Kommunikationswissenschaft“ (Meyen & Löblich 2006) gerichtet sowie auf die Professoren im deutschsprachigen Raum, welche „Kommunikationswissenschaft als Beruf“ haben (Huber 2010); man bestimmte „Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft“ (Scheu 2012) und rekonstruierte „Personen, Institutionen, Prozesse“ (Wilke 2010) bis zurück zur Antike. Der dabei in der Regel praktizierte biographische Zugriff wirft gewisse Gültigkeits- und Zuverlässigkeitsprobleme auf, die sich noch potenzieren können, wenn Protagonisten in Form von „Kommunikationswissenschaft – autobiographisch“ (Kutsch & Pöttker 1997) Selbstbeschreibungen abliefern. Die Präferenz für diese Vorgehensweise mag in der Vergangenheit auch auf die überschaubare Zahl von professoralen Fachvertretern zurückzuführen gewesen sein, die jeweils relativ großen Einfluss auf die Fachentwicklung nehmen konnten, so dass „die Theorie- und Fachgeschichte der Kommunikationswissenschaft vor allem als Personen- und Institutionengeschichte geschrieben“ wurde (Löblich 2010: 37). Inzwischen bemüht man sich in den meisten Fällen aber auch um Anschlüsse an die allgemeine Wissenschaftsforschung (vgl. z. B. Mittelstraß 1982) und insbesondere an wissenssoziologische Konzepte, während die einschlägigen Studien früher durchweg „auf eine theoretische Fundierung ihres Forschungsvorhabens verzichtet“ hatten (Wiedemann 2012: 25). Rekuriert wird dabei auf ein Dutzend Autoren, die in den vergangenen Jahrzehnten versucht haben, die Genese und den Wandel von Wissen(schaft) zu erklären – darunter in erster Linie Karl Mannheim, Max Scheler, Thomas S. Kuhn und Robert K. Merton (vgl. Weischenberg 2014). Zuletzt ist auch ein Modell vorgeschlagen worden, das erlauben soll, die biographische Fachgeschichtsschreibung als „Great-Men-make-History“ zu überwinden, indem ideen- bzw. theoriegeschichtliche, institutionelle und biographische Aspekte zusammengebracht und gesellschaftlich eingeordnet werden (vgl. Löblich/Scheu 2011).

Ein anderer Weg, die Identitätsbildung einer Wissenschaft, die Relevanz von Werken und die Reputation ihrer Protagonisten zu rekonstruieren und zu evaluieren, stützt sich auf die *Bibliometrie*. Dies ist eine Forschungsmethode, bei der Auszählungen und statistische Verfahren für die systematische Analyse von Publikationen und ihren Autoren sowie darauf beziehbaren Institutionen genutzt werden, um so die Verbreitung von Ideen und Begriffen *messen* zu können (vgl. z. B. Borgman 1989). In besonderem Maße dient sie der Erfassung und Bewertung von Forschungsleistungen (vgl. Marx 2011). Dies gehört in den Naturwissenschaften schon zur Tradition, ist aber in der Kommunikationswissenschaft relativ neu (vgl. Dominick 1997). Der Begriff ist über Jahrzehnte in sehr unterschiedlicher Weise bestimmt worden – sehr weit gefasst oder eher eng (vgl. Broadus 1987). Zu letzterer Variante gehört die folgende Definition von „Bibliometrie“ im „ALA Glossary of Library and Information Science“ (1983) als „use of statistical methods in the analysis of a body of literature to reveal the historical development of subject fields and patterns of authorship, publication, and use“ (zit. n. Broadus 1987: 374f.). Weiter gefasst würde „Bibliometrie“ allgemein die statistische oder schlicht quantitative Beschreibung von Literatur bedeuten, etwa in Hinblick auf ihren Gegenstand, auf Formalien, die Sprache, das Publikationsland oder das Entstehungsjahr (vgl. ebd.: 375). Erfasst

wird mithilfe bibliometrischer Verfahren zwar auch, wie oft Themen Gegenstand von Publikationen sind und welchen Publikations-Output Personen und Institutionen haben (vgl. z. B. Brosius 1994, 1998; Brosius & Haas 2009; Tomasello, Lee & Baer 2010); besonders weit verbreitet ist aber in der einschlägigen Forschung, die Häufigkeit von *Zitationen* als Basis für Aussagen über die Relevanz von Werken und die Reputation von Wissenschaftlern zu nehmen (vgl. z. B. Lin & Kaid 2000; Ball & Tunger 2006) und diese Variante als zentrales Verfahren *innerhalb* von Bibliometrie auszuweisen (vgl. Broadus 1987: 374).

Damit sind mehrere Aspekte angesprochen, welche das Erkenntnisinteresse unserer Studie geleitet haben. Ihre zentrale These lautet, dass Zitationen nicht nur Hinweise geben auf die Quellen der Inspiration von Forschern, sondern auch auf die Herausbildung von Fachidentitäten. „Citations do not occur in a social vacuum. What communication researchers cite forms how communication studies are constituted.“ (Park/Leydesdorff 2009: 158) Man kann annehmen, dass ein Werk dann zitiert wird, wenn sich ein Autor mit der Publikation selbst und – zumindest am Rande – mit dessen Thema beschäftigt hat. Die zitierten Werke erlauben damit Rückschlüsse auf die Forschungsagenda, wobei die Forschungsagenda wiederum Hinweise auf die *Identität* eines Faches zu einem gegebenen Zeitpunkt gibt. Dies zugrunde legend war unser Ziel herauszufinden, *was* – d. h. konkret: welche Werke zu welchen Themen – in welchem Ausmaß in der deutschen Kommunikationswissenschaft zu bestimmten Zeitpunkten zitiert wurde(n) und was dies über die Identität des Faches zu den gewählten Zeitpunkten aussagt, um auf diese Weise fachgeschichtliche Entwicklungen nachzuzeichnen. Die Betrachtung der zitierten Werke hat dabei den Reiz, dass sie als Grundlage bzw. Inspiration für die hervorgebrachten Publikationen anzusehen sind und damit auch offenbaren, *woher* – d. h. konkret aus welchen Fächern und Ländern sowie aus welcher Art von Publikation – zu den gewählten Zeitpunkten Einflüsse auf die Identität der Kommunikationswissenschaft stammten. Letzteres stellt dementsprechend die zweite von uns verfolgte Forschungsfrage dar.

2. Schlüsselphasen der Identitätsbildung

Die vorliegende Studie ist Teil des Gesamtprojekts „Kommunikationswissenschaftliche Relevanz und Reputation“ (KW2R), welches sich in verschiedener Weise mit den zwischen 1970 und 2010 in den beiden Fachzeitschriften *Publizistik* und *Medien & Kommunikationswissenschaft* (M&K, bis 2000 unter dem Namen *Rundfunk und Fernsehen*)¹ zitierten Werken befasst. In einer ersten Teilstudie identifizierten wir die in diesem Zeitraum am häufigsten erwähnten Wissenschaftler und Werke (vgl. Potthoff & Kopp 2013) vor dem Hintergrund der Annahme, dass sich anhand der Zitationen in den Fachzeitschriften der Einfluss von Wissenschaftlern und ihrer Publikationen auf das Fach erfassen lässt (vgl. z. B. Brosius & Haas 2009: 172).

Wie oben bereits angedeutet wird im Folgenden das Ergebnis einer weiterführenden Kategorisierung der in *Publizistik* und *M&K* zitierten Werke hinsichtlich ihres Themas und ihrer Herkunft beschrieben, welche jedoch nur für zwei der genannten vier Jahrzehnte – die 1970er und 2000er Jahre – durchgeführt wurde. Einer besonderen Betrachtung wert sind diese beiden Dezennien aufgrund der für das Fach prägenden Ereignisse,

1 Aus Gründen der Einfachheit verwenden wir im Folgenden durchgängig den Namen „Medien & Kommunikationswissenschaft“, bzw. die Abkürzung „M&K“, auch wenn ein Bezug auf ältere Ausgaben der Zeitschrift erfolgt, die noch unter dem Namen „Rundfunk und Fernsehen“ publiziert wurden.

welche sich in den beiden jeweils vorangegangenen Jahrzehnten (den 1960er und 1990er Jahren) abgespielt haben und deren Folgen für die Fachidentität sich – aufgrund einer zu erwartenden zeitlichen Verzögerung – wohl jeweils erst im darauffolgenden Jahrzehnt in der Arbeit von Wissenschaftlern manifestierten. Ein Vergleich genau dieser beiden Dekaden kann Rückschlüsse auf fachliche Entwicklungen geben, die sich zwischen der Etablierung des Faches als empirische Sozialwissenschaft und der jüngeren Zeit abgespielt haben, d. h. zwischen den Anfangsjahren der sozialwissenschaftlichen Forschungsperspektive und dem Zeitpunkt ihrer bis dato größtmöglichen Reife.

Die für die Fachidentität wegweisenden Ereignisse in den beiden Dekaden seien hier kurz zusammengefasst: In den 1960er Jahren erfolgte eine von US-amerikanischen Vorbildern geprägte Umorientierung des Faches von einer Geistes- zu einer Sozialwissenschaft. Diese hatte zur Folge, dass sich das Fach thematisch auf die Struktur von Kommunikationsprozessen und ihre Wirkungen sowie methodisch auf quantitative empirische Verfahren fokussierte (vgl. Huber 2010: 33f.). Ab etwa 1970 hatte sich die Publizistik- bzw. Kommunikationswissenschaft nach dieser „empirisch-sozialwissenschaftlichen Wende“ (vgl. Löblich 2010) konsolidiert und begann, neue Institute und Studiengänge sowie zusätzliche Professuren (u. a. für empirische Methoden) einzurichten. Mit der Journalistik etablierte sich eine neue Teildisziplin, und die Zahl der empirischen Studien nahm erheblich zu.

Drei Jahrzehnte später befand sich das Fach in einem grundlegend anderen Zustand, den man aber nicht auf eine einfache Formel bringen kann. Auffällig war, dass es sich seit den 1990er Jahren an diversen Universitäten etabliert hatte. Hand in Hand damit war eine Expansion der (Personal-)Ressourcen und eine Ausdifferenzierung der Institutionen erfolgt. Verändert hatte sich die Kommunikationswissenschaft in dieser Zeit auch durch die politischen Ereignisse in Deutschland (Mauerfall) und die erheblichen Entwicklungen im Bereich ihrer Forschungsobjekte (z. B. Monopolverlust des Journalismus) bzw. deren Erweiterung (Internet). Auch die mittlerweile aus den Sprachwissenschaften hervorgegangene Medienwissenschaft setzte neue thematische Schwerpunkte. Gleichzeitig wurden stärker als in den Jahrzehnten zuvor theoretische Debatten geführt, die in jenen Jahren zunächst durch die konstruktivistische Systemtheorie provoziert worden waren (vgl. z. B. Merten, Schmidt & Weischenberg 1994), später u. a. durch die Rezeption der Cultural Studies und damit verbunden die Karriere der Genderforschung (vgl. z. B. Klaus 1998). Inzwischen lagen auch diverse Lehrbücher vor, die vor allem durch US-amerikanische Einflüsse geprägt waren (vgl. Wendelin 2008). Vielleicht lässt sich die Situation des Faches wissenschaftssoziologisch seither als *polyparadigmatisch*, also als „Normalzustand“ beschreiben (vgl. Bühl 1974: 70).

Die oben beschriebenen Ereignisse in den 1960er und 1990er Jahren begründen das fachgeschichtliche Interesse an den jeweiligen Folgedekaden und machen – im Fall der Geschehnisse der 1990er Jahre – größere Veränderungen in der fachlichen Identität seit 1970 eher erwartbar als die Prozesse in dem dazwischenliegenden Zeitraum. Einschränkung ist natürlich festzuhalten, dass durch diese Materialauswahl – welche neben diesen inhaltlichen auch an forschungsökonomischen Erwägungen orientiert war (s. u.) – nicht festgestellt werden kann, ob es sich bei den unten aufgezeigten Veränderungen um fortlaufende Trends oder stoßartige Entwicklungen handelte. Auch könnte zur Auswahl der beiden Fachzeitschriften *Publizistik* und *Medien & Kommunikationswissenschaft* kritisch gefragt werden, ob bei Konzentration auf diese beiden Zeitschriften wirklich die Identität des gesamten Faches erfasst werden kann. Diese – natürlich ebenso unter arbeitsökonomischen Aspekten getroffene – Auswahlentscheidung erhält jedoch nicht zuletzt durch den fachinternen Diskurs Unterstützung, wie er u. a. im Mitteilungsblatt

Aviso dokumentiert wird. Demnach sind *Publizistik* und *Medien & Kommunikationswissenschaft* für den fachlichen Austausch der Scientific Community – mit weitem Abstand vor anderen fachlichen Periodika – zentral; zu den beiden Zeitschriften gebe es nach wie vor keine ernst zu nehmende Konkurrenz (vgl. z. B. Wolling 2006, Donsbach et al. 2005, Lauf 2002). Wesentlich für die vorliegende Studie ist auch, dass es sich um „fachuniversale Zeitschriften, die keine bestimmte Themenbeschränkung [...] aufweisen“ handelt (Donsbach et al. 2005: 51), wiewohl aber davon auszugehen ist, dass bestimmte Schwerpunkte existieren. Für bibliometrisch zu gewinnende Aussagen über die deutsche Kommunikationswissenschaft bieten sich die beiden Fachzeitschriften somit am ehesten an. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist aber die doch eingeschränkte Repräsentativität der sich in den Fachzeitschriften abzeichnenden Entwicklungen für das Fach insgesamt zu berücksichtigen.

3. Methode

Wie oben bereits angesprochen, basiert die vorliegende Studie auf Vorarbeiten, die im Rahmen des Gesamtprojekts KW2R geleistet wurden. Dort wurde festgestellt, dass die beiden Zeitschriften *Publizistik* und *M&K* zwischen 1970 und 2010 insgesamt 1.564 wissenschaftliche Aufsätze publiziert haben, aus denen eine Zufallsstichprobe von 1.000 Aufsätzen gezogen wurde. Deren Literaturverzeichnisse – so eines vorhanden war – wurden digitalisiert und in eine gemeinsame Liste gebracht. Dabei ist grundsätzlich zu erwarten, dass die Häufigkeit der Zitation von bestimmten Werken und Werken bestimmter Personen (zentrales Interesse der Studie von Potthoff & Kopp 2013) sowie die Häufigkeit der Zitation von Werken bestimmter Herkunft und zu bestimmten Themen (zentrales Interesse der vorliegenden Studie) in der Zufallsstichprobe in Relation zu den Häufigkeiten in allen 1.564 Aufsätzen steht. Eine Vollerhebung war damit weder für die erste noch die vorliegende Folgestudie notwendig und wäre aufgrund des hohen Aufwands bei der Digitalisierung auch nicht realisierbar gewesen.

Von den im Rahmen der oben beschriebenen Stichprobenziehung ausgewählten 1.000 Aufsätzen aus allen vier Jahrzehnten wiesen nur 947 ein Literaturverzeichnis auf. Diese 947 Verzeichnisse enthielten nicht weniger als 39.702 Quellenangaben, wobei die Analyseeinheit unserer Studie die einzelne Quellenangabe war. Eine derartige Zahl von Fällen zu bearbeiten, lag außerhalb unserer Möglichkeiten. Auch deshalb wurden – vor dem Hintergrund der o. g. Erwägungen – nur die zwischen 1970 und 1979 sowie die zwischen 2000 und 2009 erschienenen Aufsätze untersucht.² Die realisierte Stichprobe umfasst für diese Zeiträume insgesamt 455 Aufsätze (1970er Jahre: *Publizistik* 144 Aufsätze, *M&K* (bzw. *RuF*) 86 Aufsätze; 2000er Jahre: *Publizistik* 97 Aufsätze, *M&K* 128 Aufsätze). Die Literaturverzeichnisse dieser 455 Aufsätze enthielten insgesamt 20.903 Quellenangaben. Da eine bestimmte Anzahl von Werken in mehreren der 455 Literaturverzeichnisse erschien, enthalten die 20.903 Quellenangaben nur 16.994 unterschiedliche Werke.

Mit den 20.903 Quellenangaben wurde eine standardisierte Inhaltsanalyse vorgenommen. Dabei wurden solche Informationen standardisiert erfasst, die den Angaben in den Literaturverzeichnissen eindeutig zu entnehmen waren, so unter anderem die Sprache des zitierten Werkes (Feststellung über den Werktitel), der Themenschwerpunkt des Werkes (hinsichtlich diverser Aspekte; Feststellung über den Werktitel) und

2 Ein kleineres Sample aus allen vier Jahrzehnten zu ziehen hätte den Nachteil gehabt, dass die absoluten Häufigkeiten bei der Zitation von Werken zu bestimmten Themen zu gering ausgefallen wären, um noch auf sinnvolle Art Vergleiche zwischen den Jahrzehnten ziehen zu können.

die Art der Publikation (Unterscheidung nach Monografie, Fachzeitschriftenaufsatz, Handbuch etc.).

Die Codierung wurde durch fünf studentische Mitarbeiter³ und einen der beiden Autoren vorgenommen. Sie erfolgte in zwei Phasen: Zunächst wurden einige Variablen codiert, bei denen für alle in den Literaturverzeichnissen erscheinenden Werken eine Klassifizierung sinnvoll war. So wurden hier u. a. die Sprache des Werkes und die Art der Publikation erfasst; zudem wurde ermittelt, ob das Thema des zitierten Werkes einschlägig kommunikationswissenschaftlich war. Eine Berücksichtigung nicht-kommunikationswissenschaftlicher Werke machte bei der zusätzlich vorgesehenen Erfassung, um welche kommunikationswissenschaftliche Thematik es sich im Detail handelte, keinen Sinn⁴. Die weitere Codierung in der zweiten Codierphase erfolgte somit nur für die kommunikationswissenschaftlichen zitierten Werke.

Auf die Reliabilität der Codierung wurde bei diesem Projekt besonders geachtet, da zunächst geklärt werden musste, ob bzw. inwieweit das Thema eines Werkes anhand seines Titels eindeutig feststellbar ist. Vor der ersten Codierphase wurden zwei Inter-coderreliabilitätstests durchgeführt, an denen jeweils vier studentische Mitarbeiter und einer der Autoren teilnahmen. Der Test wurde nur für die beiden Variablen *Art der Publikation* und *Kommunikationswissenschaftlichkeit des Themas* vorgenommen, da bei den anderen Variablen dieser Codierphase (Geschlecht des Autors, Anzahl der Autoren, Sprache des zitierten Werkes) Reliabilitätsprobleme unwahrscheinlich erschienen. Im zweiten Anlauf ergaben sich bei dem Inter-coderreliabilitätskoeffizienten Krippendorffs α die ausreichenden Werte von $\alpha=0,7711$ (Anteil von Fällen, bei denen alle fünf Codierer übereinstimmten = 66,66 %) bei der Variable zum *Vorliegen einer kommunikationswissenschaftlichen Thematik* und von $\alpha=0,8576$ (Anteil von Fällen, bei denen alle fünf Codierer übereinstimmten = 78,33 %) bei der Variable *Art der Publikation*. Die Werte basieren jeweils auf der Codierung von 60 zufällig aus dem Material ausgewählten Fällen.

Zu den Variablen von Codierphase zwei wurden vier Inter-coderreliabilitätstests durchgeführt, wobei an den ersten drei Tests drei studentische Mitarbeiter und einer der Autoren teilnahmen. Der letzte Test wurde nur von den beiden Autoren durchgeführt. Codiert wurden 30 jeweils zufällig aus der Auswahlinheit ausgewählte Fälle. Berichtet werden nur Werte zu der Teilmenge der Variablen, zu denen sich unten eine Auswertung findet. Bei den Variablen *Bezug zu einer bestimmten Medientechnik* ($\alpha=0,8639$, Übereinstimmung aller vier Codierer in 86,66 % der Fälle) und *Bezug zu einer bestimmten Kommunikatorgruppe* ($\alpha=0,8563$, Übereinstimmung aller vier Codierer in 86,66 % der Fälle) ergaben sich spätestens bei dem dritten Reliabilitätstest gute und eindeutig zu interpretierende Werte für α (oben wiedergegeben sind die Werte aus dem dritten Test). In anderen Fällen erwies es sich bei der Bestimmung der Reliabilität durch Krippendorffs α als problematisch, dass beim Reliabilitätstest zu wenig Variation in den Variablen vorlag. In diesen Fällen ergibt α bereits bei kleinen Abweichungen in der Codierung sehr niedrige Werte, welche inhaltlich zu streng erschienen. Daher wurde hier der Anteil an Fällen, in denen alle vier Codierer übereinstimmten, als alternativer Reliabilitätsindikator herangezogen. Dies war u. a. notwendig bei der Variable *Bezug zu Massenkommunikation* ($\alpha=0,5866$, Übereinstimmung aller vier Codierer in 80 % der Fälle), bei der sich

3 Wir danken Ariane Attrodt, Anne Quader, Nelli Oberlender, Sinah Grotefels und Moritz Kohl für ihre wertvolle Mitarbeit.

4 Eine Erfassung der sonstigen, nicht-kommunikationswissenschaftlichen Themen in den nicht (kommunikations-)wissenschaftlichen Arbeiten wäre ebenfalls wünschenswert gewesen, jedoch war hier nicht vollends absehbar, welche Themen erscheinen würden, was eine standardisierte Erfassung zu sehr erschwert hätte.

eine Kategorie als stark dominierend erwies (Anteil der am häufigsten verwendeten Kategorie an allen Codierungen 85 %). Bei den Variablen *Arbeiten an der Schnittstelle zu anderen Fächern* und *Analyse von Kommunikation über bestimmte gesellschaftliche Themen* ergab es sich, dass nur die beiden Autoren untereinander in der Lage waren, hohe Übereinstimmungen in der Codierung zu erzielen (Schnittstelle zu anderen Fächern: $\alpha=0,7236$, prozentuale Übereinstimmung der beiden Codierer in 80 % der Fälle; Gesellschaftliche Themen: $\alpha=0,3955$, prozentuale Übereinstimmung der beiden Codierer in 83,3 % der Fälle, Anteil der am häufigsten verwendeten Kategorie an allen Codierungen 85 %). Dies wurde als Hinweis darauf gedeutet, dass die Codierung dieser Variablen eine höhere Fachkenntnis erforderte, um die Werke richtig einordnen zu können, worauf auch Nachbesprechungen mit den studentischen Mitarbeitern hinwiesen. Die Codierung dieser Variablen wurde daher vollständig von einem der beiden Autoren vorgenommen. Insgesamt ermöglichten die gewählten Kategorien eine weitreichende Erfassung des Themas der kommunikationswissenschaftlichen zitierten Werke. Nur 6,5 Prozent dieser Werke hatten Themen, die zu keiner der gewählten Themenkategorien (von denen unten nur ein Teil vorgestellt wird) passten.

4. Ergebnisse

Ein erstes Ergebnis der vorliegenden Studie ist, dass in den 2000er Jahren in *Publizistik* und *M&K* mehr Werke pro Aufsatz zitiert wurden als in den 1970er Jahren (vgl. auch Potthoff & Kopp 2013: 360). Von 20.903 Quellenangaben insgesamt entfallen 9.234 (44,2 %) auf die 1970er Jahre und 11.669 (55,8 %) auf die 2000er Jahre. Dies entspricht 40,15 zitierten Werken pro Aufsatz in den 1970er und 51,86 zitierten Werken pro Aufsatz in den 2000er Jahren. Aufgrund dieses Ungleichgewichts basieren die meisten der unten angestellten Vergleiche der beiden Jahrzehnte primär auf Prozentangaben.

4.1 Wissenschaftlichkeit und fachliche Zuordnung

Die Kommunikationswissenschaft hat in der Vergangenheit häufig theoretische und methodologische Grundlagen anderer Fächern übernommen. Merkmal einer professionalisierten und eigenständigen Disziplin sollte es jedoch auch sein, in der aktuellen Forschung in stärkerem Maße auf eigene Grundlagentexte zurückgreifen zu können. Wie die folgende Auswertung zeigt, taten die Autoren von *Publizistik* und *M&K* dies in den 2000er Jahren in wesentlich stärkerem Umfang als in den 1970er Jahren.

Bei der Erfassung der wissenschaftlichen Herkunft der zitierten Werke wurde unterschieden zwischen kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten, wissenschaftlichen Arbeiten anderer Fächer und nichtwissenschaftlichen Arbeiten. Bei letzteren handelt es sich in der Regel um Primärquellen wie z. B. Gesetzestexte und persönliche Schriftwechsel oder aber auch Zeitungsartikel etc. Als kommunikationswissenschaftliche Veröffentlichungen wurden solche gezählt, die sich empirisch oder theoretisch mit Medienakteuren, Medienorganisationen, Medientechnik und Mediensystemen oder medialer, öffentlicher oder interpersonaler Kommunikation oder den Methoden zu ihrer Analyse auseinandersetzen; zusätzlich solche, in denen die Kommunikationswissenschaft sich selbst oder ihre Geschichte beschreibt. Zur Bestimmung dieser thematischen Ausrichtung wurde vor allem der Titel eines Aufsatzes oder Buches herangezogen sowie – wo möglich – die thematische Ausrichtung einer Fachzeitschrift oder eines Sammelbandes, in der bzw. in dem ein Aufsatz erschien. Bei einem kleineren Teil von Werken ($n=494$) konnte die oben beschriebene Einordnung nicht vorgenommen werden, da der Titel

fehlte oder inhaltlich nicht deutbar war. Im Ergebnis zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen den beiden untersuchten Jahrzehnten.

Tabelle 1: Wissenschaftlichkeit und fachliche Herkunft der zitierten Werke, n=20.409

Thema/Wissenschaftlichkeit	1970er	2000er
Kommunikationswissenschaftliche Werke	38,8 %, n=3.411	64,5 %, n=7.493
Sonstige wissenschaftliche Werke	22 %, n=1.935	23,6 %, n=2.740
Nichtwissenschaftliche Werke	39,1 %, n=3.437	12 %, n=1.393
Gesamt	100 %, n=8.783	100 %, n=11.626
Chi-Quadrat-Test	Chi-Quadrat (1) = 2.177,971, p < 0,001	

Zwischen den 1970er und 2000er Jahren sind eine deutliche Abnahme der Zitation nichtwissenschaftlicher Literatur, eine leichte Zunahme der Zitation wissenschaftlicher Literatur aus anderen Fächern und eine starke Zunahme der Zitation originär kommunikationswissenschaftlicher Literatur zu verzeichnen. Dieses Ansteigen des Anteils zitiert originär kommunikationswissenschaftlicher Werke lässt sich u. a. darauf zurückführen, dass in den 2000er Jahren auf einen größeren Fundus einschlägig kommunikationswissenschaftlicher Werke zurückgegriffen werden konnte als noch in den 1970er Jahren. Die im Verhältnis stärkere Zitation nichtwissenschaftlicher Werke in den 1970er Jahren wird jedoch auch auf die damaligen Themenschwerpunkte (z. B. Mediengeschichte, Medienrecht; siehe hierzu die weiteren Auswertungen unten) zurückzuführen sein, welche die Zitation nichtwissenschaftlicher Primärquellen stärker erforderte als die Themenschwerpunkte in den 2000er Jahren.

Wie bereits erwähnt, wurde eine weitere Erfassung der genauen Themen der zitierten Werke nur für die kommunikationswissenschaftlichen Werke vorgenommen. Zu beachten ist, dass bei diesen ein noch größeres Ungleichgewicht in der Anzahl der zitierten Werke zwischen den 1970er (3.411 Werke) und 2000er (7.493 Werke) Jahren besteht. Dadurch kann ein Anstieg in der absoluten Zahl der zitierten Werke zu einem bestimmten Thema einem Sinken des relativen Anteils (gemessen an der Anzahl der zitierten Werke in diesem Jahrzehnt) der zitierten Werke zu diesem Thema entsprechen. Neben den unten angegebenen Prozentwerten sollten daher auch jeweils die Angaben zu der absoluten Anzahl der zitierten Werke beachtet werden.

4.2 Sprache

Schulz (vgl. 2006: 95) nimmt an, dass viele Forschungsergebnisse, die nicht in deutscher oder englischer Sprache publiziert werden, die Aufmerksamkeit von Kommunikationswissenschaftlern im deutschsprachigen Raum nicht erlangen und dass sich die hiesige Kommunikationswissenschaft eher an den amerikanischen Kollegen (anstatt an denen nicht-englischsprachiger Länder) orientiert. Die vorliegende Studie stützt diese These. Anhand der Sprache der in den *Publizistik*- und *M&K*-Aufsätzen zitierten Werke lassen sich (vorsichtige) Schlüsse auf die Herkunft der Werke ziehen. Dabei ist anzunehmen, dass die Autoren eines Werkes in den meisten Fällen aus den deutschsprachigen Ländern stammen, wenn das Werk auf Deutsch erscheint – gleiches gilt bei vielen anderen Sprachen. Wenn ein Werk in englischer Sprache erscheint, muss es allerdings nicht unbedingt von Forschungseinrichtungen im englischsprachigen Raum stammen, da schon seit Langem Autoren vieler anderer Länder auch auf Englisch publizieren. In der Tendenz wird

sich dennoch eine Orientierung an der britischen und vor allem amerikanischen Kommunikationswissenschaft hieran ablesen lassen.

Unterschieden wurde nach der deutschen, der englischen, der französischen oder sonstigen Sprachen. In einigen Fällen erwies sich die Sprache des zitierten Werkes als nicht feststellbar – in der Regel deswegen, weil kein Werktitel angegeben wurde oder dieser aus einer Buchstaben- und/oder Zahlenreihenfolge bestand, die keiner Sprache eindeutig zuzuordnen war. Die Auswertung wurde getrennt nach kommunikationswissenschaftlichen und sonstigen wissenschaftlichen zitierten Werken vorgenommen – eine Auswertung für die nichtwissenschaftlichen Werke erschien nicht von Interesse. Somit verblieben nur 15.509 gültige Fälle für die Auswertung.

Tabelle 2: Sprache des zitierten Werkes nach Thema und Jahrzehnt

Sprache	Kommunikationswissenschaftliche Werke		Sonstige wissenschaftliche Werke	
	1970er	2000er	1970er	2000er
Deutsch	70,2 % n=2.372	60,5 % n=4.523	69,3 % n=1.329	52,9 % n=1.447
Englisch	26,1 % n=881	38,1 % n=2.848	27,2 % n=521	45,1 % n=1.233
Französisch	0,7 % n=23	0,4 % n=31	1,8 % n=34	0,8 % n=23
sonstige Sprache	3,0 % n=102	1,0 % n=75	1,8 % n=34	1,2 % n=33
Gesamt	100 % n=3.378	100 % n=7.477	100 % n=1.918	100 % n=2.736
Chi-Quadrat-Test	Chi-Quadrat (3) = 193,687, $p < 0,001$		Chi-Quadrat (3) = 157,259, $p < 0,001$	

Tabelle 2 zeigt, dass der Anteil deutschsprachiger zitierter Werke im Vergleich der 1970er und 2000er Jahre gesunken, der Anteil englischsprachiger zitierter Werke hingegen gestiegen ist. Dieses Ergebnis ist plausibel, da Englisch sich in der Vergangenheit mehr und mehr als internationale Wissenschaftssprache etabliert und das Internet den Zugang zu fremdsprachiger Literatur vereinfacht hat. Allgemein scheint die Sprachverteilung nicht untypisch für eine deutsche sozialwissenschaftliche Fachzeitschrift: Eine vergleichbare Untersuchung von Aufsätzen der *Kölner Zeitschrift für Soziologie* im Zeitraum von 1990-94 ergab einen Anteil von 63,3 % deutschsprachigen und 35,2 % englischsprachigen zitierten Werken (vgl. Yitzhaki 1998: 250).

4.3 Publikationsart

Bei einer Veröffentlichung ihrer Ergebnisse versuchen Wissenschaftler in der Regel, solche Publikationsarten zu wählen, welche eine möglichst hohe Aufmerksamkeit für das Werk versprechen. Fachzeitschriften gelten hier als besonders attraktiv. Unsere Studie zeigt allerdings, dass auch Werken anderer Publikationsarten Aufmerksamkeit gezollt wird.

Bei der Erfassung der Publikationsart wurde unterschieden nach 1) Fachzeitschriftenaufsätzen, 2) Monografien/Lehrbüchern und 3) Aufsätzen in Sammel-/bzw. Tagungsbänden. Als weitere Kategorien kamen 4) die Nennung von Sammel- bzw. Ta-

gungsbänden ohne Bezug zu einem einzelnen Aufsatz daraus, 5) Aufsätze in Handbüchern bzw. Nachschlagewerken und 6) die Nennung von Handbüchern bzw. Nachschlagewerken ohne Bezug auf einen einzelnen Aufsatz daraus vor. Die Auswertung wird abermals nur für die kommunikationswissenschaftlichen und sonstigen wissenschaftlichen Werke vorgenommen.

Tabelle 3: Publikationsart der zitierten Werke nach Jahrzehnten und Fachzugehörigkeit

Publikationsart	Kommunikationswissenschaftliche Werke		Sonstige wissenschaftliche Werke	
	1970er	2000er	1970er	2000er
Fachzeitschriftenaufsatz	30,1 % n=1.003	36 % n=2.688	13,6 % n=255	26,4 % n=720
Monografie/Lehrbuch	43,9 % n=1.463	31,4 % n=2.346	60,2 % n=1.129	44,9 % n=1.224
Aufsatz in Sammel-/ Tagungsband	14,8 % n=494	23,9 % n=1.783	16,1 % n=301	20,2 % n=551
Sammel-/Tagungsband (ohne Bezug auf einzelnen Aufsatz)	2,7 % n=90	2,6 % n=195	4,3 % n=80	3,4 % n=92
Aufsatz in Handbuch/ Nachschlagewerk	1,9 % n=64	2,3 % n=174	2,7 % n=51	2,4 % n=66
Handbuch/Nachschlagewerk (ohne Bezug auf einzelnen Aufsatz)	1,8 % n=61	0,6 % n=47	1,2 % n=22	0,7 % n=20
Sonstiges	4,7 % n=156	3,2 % n=236	1,9 % n=36	1,9 % n=51
Gesamt	100 % n=3.331	100 % n=7.469	100 % n=1.874	100 % n=2.724
Chi-Quadrat-Test	Chi-Quadrat (6) = 264,677, p < 0,001		Chi-Quadrat (6) = 152,481, p < 0,001	

Sowohl in der Gruppe der zitierten kommunikationswissenschaftlichen Werke als auch unter den sonstigen zitierten wissenschaftlichen Werken nehmen die Anteile der Fachzeitschriftenaufsätze und der Aufsätze in Sammel-/Tagungsbänden im Vergleich zwischen den 1970er und den 2000er Jahren zu, der Anteil der Monografien nimmt hingegen ab. Andere Publikationsarten spielen in beiden Jahrzehnten nur eine untergeordnete Rolle. Da wir die Anzahl der kursierenden Fachzeitschriftenaufsätze, Sammelbandaufsätze und Monographien nicht kennen, lässt sich die genaue Zitationswahrscheinlichkeit einzelner Werke bestimmter Arten aus den Ergebnissen nicht ablesen. Dennoch ergeben sich Hinweise auf gewisse Tendenzen: Der doch noch große Anteil der Monografien und Aufsätze in Sammel- oder Tagungsbänden ist vereinbar mit der – wohl nur teilweise zutreffenden (vgl. Creaser et al. 2011: 614), aber auch nicht ganz von der Hand zu weisenden – Annahme, dass die *Buchkultur* in den Sozialwissenschaften sowie im deutschsprachigen Raum nach wie vor Bestand hat. Der steigende Anteil an Zitationen von Fachzeitschriftenartikeln lässt jedoch erahnen, dass diese Kultur in gewissem Maße unter Druck gerät.

4.4 Bezug zu Massenkommunikation

Donsbach et al. (vgl. 2005: 54) fanden bei ihrer Analyse der Themen von zwischen 1998 und 2003 in *Publizistik* und *M&K* erschienenen Aufsätzen heraus, dass sich 86 Prozent der Aufsätze mit Massenkommunikation beschäftigten. Diese Fokussierung zeigt sich auch bei den zitierten Werken. Ob ein Bezug zu massenmedialer, nicht-massenmedialer öffentlicher oder interpersonaler Kommunikation vorliegt, wurde über einzelne Dummy-Codes erfasst, da es in einzelnen Fällen vorkommen konnte, dass ein zitiertes Werk einen Bezug zu mehr als einer dieser Kommunikationsarten aufwies. In beiden Jahrzehnten ist eine klare Konzentration auf das Thema *Massenkommunikation* erkennbar: 80,3 Prozent ($n=2.739$) der in den 1970er Jahren zitierten kommunikationswissenschaftlichen Werke beschäftigten sich im weitesten Sinne mit Massenkommunikation, während es in den 2000er Jahren 77,8 % ($n=5.828$) waren. Obgleich er eher gering ausfällt, ist der diesbezügliche Unterschied zwischen den Jahrzehnten signifikant mit Chi-Quadrat (1) = 8,838, $p < 0,05$. Nur 1,6 Prozent ($n=55$) der zitierten kommunikationswissenschaftlichen Werke in den 1970er Jahren und 4 Prozent ($n=296$) in den 2000er Jahren hatten einen inhaltlichen Bezug zu interpersonaler Kommunikation, wobei sich auch hier der geringe Unterschied zwischen den 1970er und 2000er Jahren als signifikant erwies mit Chi-Quadrat (1) = 41,125, $p < 0,001$. Arbeiten zu öffentlicher, jedoch nicht massenmedialer Kommunikation werden ebenfalls kaum zitiert (0,3 % aller zitierten kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten in den 1970er und 0,6 % in den 2000er Jahren, Chi-Quadrat (1) = 3,273, $p < 0,1$).

4.5 Bezug zu bestimmten Medientechniken

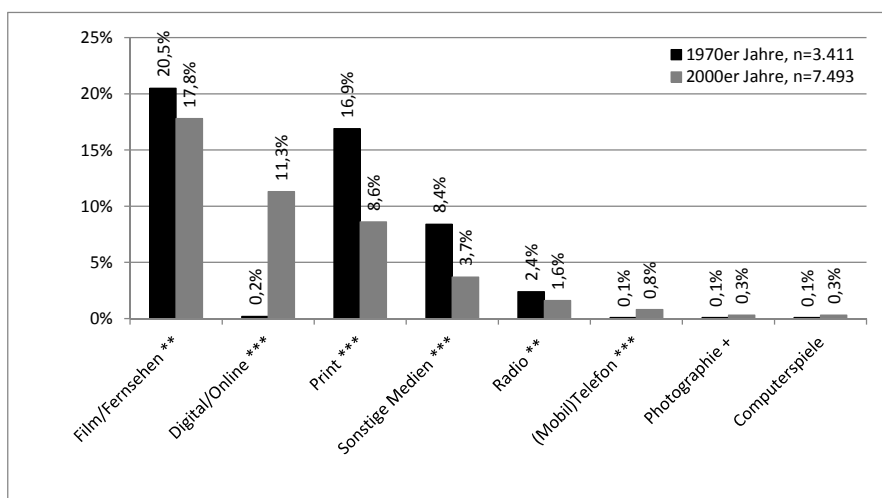
Für die zitierten Werke aus der Kommunikationswissenschaft ($n=10.904$) wurde festgestellt, ob sie einen Bezug zu einer bestimmten Medientechnik aufwiesen. Die Erfassung dessen erfolgte abermals mit Dummy-Codes, da bei einigen zitierten Werken ein Bezug zu mehr als einer Medientechnik vorlag. Es zeigte sich, dass sowohl in den 1970er als auch in den 2000er Jahren am häufigsten Werke zum Thema Fernsehen zitiert wurden. Dies weist auf eine starke Beschäftigung mit diesem Medium in den Aufsätzen von *Publizistik* und *M&K* hin, die dadurch gerechtfertigt erscheint, dass dieses Medium in den untersuchten Zeiträumen das am stärksten Genutzte darstellte (vgl. exempl. Ridder & Engel 2010: 526). Zusätzlich kann die Debatte um die Einführung des dualen Rundfunks die Beschäftigung mit diesem Medium in den 1970er Jahren angeregt haben. Die gleichbleibend geringe Zitation von Werken hingegen, welche sich mit dem Medium Radio beschäftigt, ist umgekehrt nicht durch eine geringe Verbreitung dieses Mediums begründbar (vgl. ebd.). Hier ist anzunehmen, dass u. a. der höhere Aufwand bei der Beschaffung, Speicherung und Aufbereitung von Medieninhalten dieser Art für eine Analyse zu dieser Vernachlässigung geführt hat.

Stärkere Unterschiede zwischen den verglichenen Dekaden zeigen sich bei der Zitation von Werken zu Printmedien: Wurden Werke zu dieser Medientechnik in den 1970er Jahren noch am zweithäufigsten zitiert⁵, übernehmen in den 2000er Jahren die Werke

5 Bei einer Untersuchung der Themen von Aufsätzen zehn amerikanischer Fachzeitschriften in den 1980er und 1990er Jahren stellten Kamhawi und Weaver (vgl. 2003: 13-16) fest, dass sich in diesen zwei Jahrzehnten die meisten Aufsätze mit dem Rundfunk beschäftigten und die Printmedien diesbezüglich den zweiten Platz einnahmen, während andere Medien kaum eine Rolle spielten. Zusammengefasst sprechen die Ergebnisse dieser und der hier präsentierten Studie für eine internationale und jahrzehntelange Dominanz der Fernseh- und Printmedienforschung.

zu digitalen oder Online-Medien diesen Platz. Diese Veränderung reflektiert die durch das Entstehen des Internets aufkommenden Veränderungen im Objektbereich der Kommunikationswissenschaft. Dass vor allem Werke zu Printmedien und weniger Werke zum Fernsehen Zitationsanteile an Werke zum Internet verloren, lässt sich ggf. dadurch erklären, dass schriftliche und bildliche Medienangebote sich früher in das Internet verlagerten als Ton- und Bewegtbildmedienangebote und dass das Fernsehen nach wie vor das am stärksten genutzte Medium ist. In jedem Fall zeigten sich die hier an den zitierten Werken festgestellten Trends auch bei der Analyse der Hauptthemen der Aufsätze in *Publizistik* und *M&K* (vgl. Donsbach et al. 2005: 56). Allerdings verlor das Fernsehen hier noch stärker an Beachtung (1986-1995: 38 %, 1998-2000: 12 %, 2001-2003: 14 %), während das Internet intensiver an Aufmerksamkeit gewann (2001-2003: 20 %).

Abbildung 1: Anteile der kommunikationswissenschaftlichen zitierten Werke (n=10.904) mit Bezug zu einer bestimmten Medientechnik nach Jahrzehnten



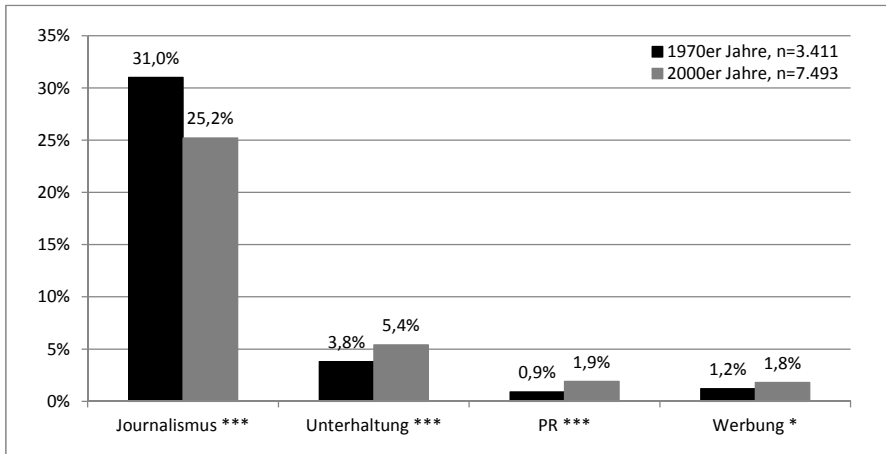
Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests zum Vergleich der beiden Jahrzehnte (Chi-Quadrat- und entsprechende p-Werte, df jeweils=1): Film/Fernsehen: 11,176, $p < 0,01$; Digital/Online: 403,597, $p < 0,001$; Print: 162,725, $p < 0,001$; Sonstige Medien: 106,756, $p < 0,001$; Radio: 8,053, $p < 0,01$; Telefon: 19,835, $p < 0,001$; Fotografie: 3,321, $p < 0,1$; Computerspiele: 1,761, $p = 0,185$.

4.6 Bezug zu einer bestimmten Kommunikatorgruppe

In der massenmedialen Kommunikation sind vor allem vier Funktionsbereiche bzw. Gruppen von Kommunikatoren inkl. der von ihnen hervorgebrachten Medieninhalts-gattungen zu unterscheiden: Journalismus, Unterhaltung, Werbung und Public Relations. In der vorliegenden Studie wurde für die kommunikationswissenschaftlichen zitierten Werke erfasst, ob sie einen thematischen Bezug zu einer dieser Inhalts-gattungen bzw. ihren Produzenten oder dem entsprechenden Funktionsbereich aufweisen. Diese Erfassung wurde wieder für jede der vier Gruppen binär vorgenommen, da bei manchen Werken ein Bezug zu mehr als einer Gruppe vorlag. Wie Abbildung 2 zeigt, wurden Werke zum Journalismus mit Abstand am häufigsten zitiert, was auf einen Forschungs-

schwerpunkt der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft hinsichtlich dieser Inhaltsgattung schließen lässt. Zwar ist der Anteil der zitierten Werke zum Thema Journalismus zwischen den 1970er und 2000er Jahren gefallen, während die Beachtung von Werken zu den drei anderen Berufsfeldern leicht zunahm, dennoch werden Werke zum Journalismus immer noch deutlich am stärksten beachtet.

Abbildung 2: Anteile der zitierten kommunikationswissenschaftlichen Werke (n=10.904) mit Bezug zu einer bestimmten Kommunikatorgruppe nach Jahrzehnten



Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests zum Vergleich der beiden Jahrzehnte (Chi-Quadrat- und entsprechende p-Werte, df jeweils=1): Journalismus: 39,279, $p < 0,001$; Unterhaltung: 12,464, $p < 0,001$; Public Relations: 13,675, $p < 0,001$; Werbung: 6,534, $p < 0,05$

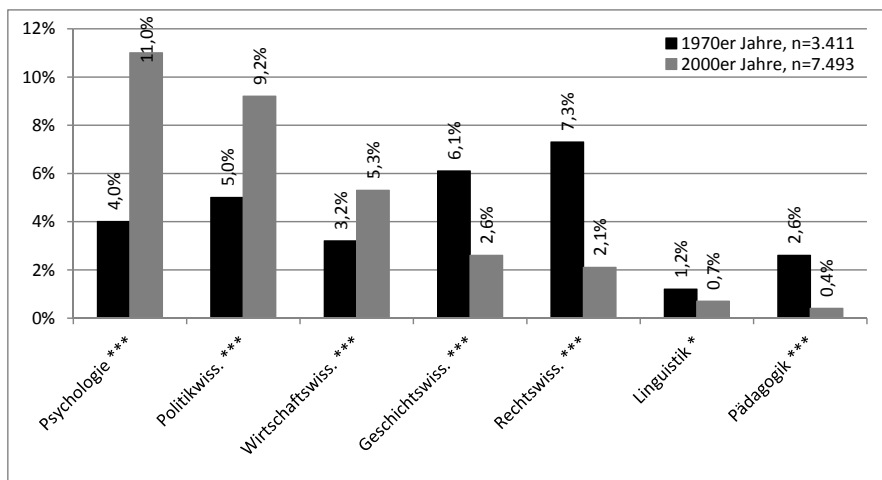
4.7 Bezüge zu anderen Fächern

Kommunikation spielt auch in für andere Disziplinen zentralen Prozessen eine wichtige Rolle. Ebenso sind jedoch auch Konstrukte und Prozesse, für die andere Fächer die Kernkompetenz beanspruchen, relevant für die Kommunikationswissenschaft. Dadurch bedingt liegen Werke, die sich mit Medien und/oder Kommunikation beschäftigen (und damit grundsätzlich als kommunikationswissenschaftlich eingestuft worden sind) oft auf einer Schnittstelle zwischen der Kommunikationswissenschaft und einer anderen wissenschaftlichen Disziplin.

Welche anderen Disziplinen hier von besonderer Relevanz sind, wurde für die als kommunikationswissenschaftlich eingestuften Werke anhand des Titels ermittelt. Erfasst wurden Bezüge zur Psychologie, zur Politikwissenschaft, zu den Wirtschaftswissenschaften, zur Geschichtswissenschaft, zur Rechtswissenschaft, zur Sprachwissenschaft und zur Erziehungswissenschaft (aufgrund möglicher Mehrfachbezüge wieder mit Dummy-Variablen). Zur komplexen Bestimmung der Fachbezüge sei hier nur erwähnt, dass Arbeiten zur Medienpolitik der Rechtswissenschaft zugeordnet wurden, da medienpolitische Maßnahmen meist in einer juristischen Umsetzung münden. Bei Nennung eines konkreten Ansatzes der Medienwirkungsforschung, welcher sich – wie sehr häufig – mit kognitiven Effekten beschäftigt, wurde ein Bezug zur Psychologie vermerkt.

Thematische Bezüge zu Werken auf der Schnittstelle zur Philosophie oder zur Soziologie waren nicht reliabel zu erfassen, da hier eine zu große Ähnlichkeit zu originär kommunikationswissenschaftlicher Forschung besteht.

Abbildung 3: Anteile der kommunikationswissenschaftlichen zitierten Werke (n=10.904) mit thematischem Bezug zu anderen Fächern nach Jahrzehnten



Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests zum Vergleich der beiden Jahrzehnte (Chi-Quadrat- und entsprechende p-Werte, df jeweils=1): Psychologie: 141,206, $p < 0,001$; Politikwissenschaften: 55,879, $p < 0,001$; Wirtschaftswissenschaften: 21,983, $p < 0,001$; Geschichtswissenschaft: 83,262, $p < 0,001$; Rechtswissenschaft: 181,143, $p < 0,001$; Linguistik: 6,003, $p < 0,05$; Pädagogik: 103,806, $p < 0,001$

Die Auswertung zeigt im Vergleich der 1970er und 2000er Jahre eine deutliche Verschiebung hinsichtlich der thematischen Bezüge zu anderen Fächern. Wie oben zu sehen, fielen die Chi-Quadrat-Tests zur Bestimmung der Unterschiede durchweg signifikant aus. Am stärksten hinzugewonnen haben die Zitationen von Werken, die einen Bezug zur Psychologie aufweisen. Dieses Ergebnis passt zu der Beschreibung einer „cognitive revolution“ (Beniger & Gusek 1995: 217) in der Kommunikationsforschung, welche in den 1960er und 1970er Jahren ihren Anfang genommen und die Aufmerksamkeit der Forscher auf kognitive Prozesse bei der Informationsaufnahme und Informationsverarbeitung gelenkt hat (vgl. ebd. 235f.). Nach Beniger und Gusek war der Einfluss dieser Forschungsrichtung in den 1980er und 1990er Jahren weiter anwachsend (vgl. ebd.: 218) und scheint es auch darüber hinaus gewesen zu sein. Auch die Zitation der Werke, welche sich an der Grenze von Kommunikations- und Politikwissenschaft befinden, verzeichnete einen enormen Anstieg. Dies passt zu der Beobachtung von Schulz (2011: 15), dass das „wissenschaftliche Interesse an politischer Kommunikation [...] in den letzten drei Jahrzehnten [d. h. seit den 1980er Jahren; Anm. d. Verf.] erheblich zugenommen [hat].“ Zuwächse gab es schließlich auch bei der Zitation von Werken mit thematischem Bezug zu den Wirtschaftswissenschaften. Auch dieses Ergebnis ist plausibel vor dem Hintergrund der Tatsache, dass der Bereich der Medienökonomie seit dem Ende der

1990er Jahre institutionell verstärkt ausgebaut wurde (vgl. Altmeppen & Karmasin 2002: 27).

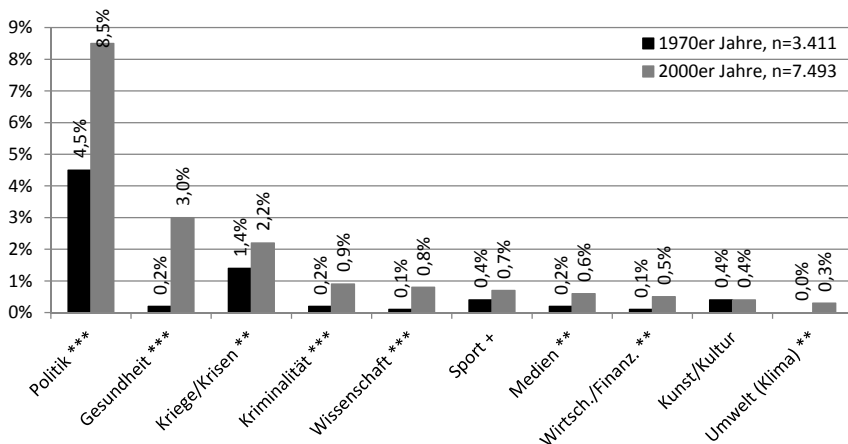
Anteilig an Beachtung verloren haben hingegen Werke mit Bezug zur Geschichts-, Rechts- und Erziehungswissenschaft. Der Trend, die Kommunikations- und Medien-geschichte in Forschung und Lehre weniger zu berücksichtigen, wurde von Pöttker (vgl. 2008: 19f.) schon vor längerer Zeit bemerkt und kritisiert sowie auch von Donsbach et al. (vgl. 2005: 57) nachgewiesen. Diese Beobachtungen decken sich somit grundsätzlich mit unseren zitationsanalytischen Erkenntnissen, wobei allerdings der Unterschied zwischen den Jahrzehnten in absoluten Zahlen weit weniger stark wirkt (209 zitierte Werke in den 1970er und 193 in den 2000er Jahren). Das sowohl in absoluten Zahlen als auch anteilmäßig gesunkene Interesse für Arbeiten mit Bezug zur Rechtswissenschaft ist plausibel erklärbar durch die in den 1970er Jahren bevorstehende Einführung des dualen Rundfunksystems, welche diverse medienrechtliche Fragen aufwarf. Eine ähnlich aufmerksamkeitssträchtige Debatte fand sich in den 2000er Jahren nicht, obgleich auch das Internet einen neuen rechtlichen Regelungsbedarf (z. B. bzgl. des Urheberrechts) mit sich brachte. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich Aufsätze zu medienrechtlichen Problemen mit dem Aufkommen und der Ausdifferenzierung von spezifisch medienrechtlichen Fachzeitschriften zuletzt wohl eher seltener in *Publizistik* und *M&K* fanden.

4.8 Bezug zu öffentlicher Kommunikation über bestimmte gesellschaftliche Themen

Mitunter analysiert die Kommunikationswissenschaft die öffentliche Kommunikation (insb. die Medienberichterstattung) zu bestimmten gesellschaftlich relevanten Themen, wie z. B. Politik, Wirtschaft oder Sport. Da in einzelnen zitierten Werken mitunter die gesellschaftliche Kommunikation über mehr als ein Themenfeld behandelt wurde, erfolgte die Erfassung hier abermals über Dummy-Codes. Wie Abbildung 4 zeigt, wurden in den untersuchten Aufsätzen von *Publizistik* und *M&K* dabei am häufigsten Werke zitiert, welche die öffentliche Kommunikation über Politik zum Gegenstand hatten. Dies passt insgesamt zu der bereits oben diskutierten Fokussierung der Kommunikationswissenschaft auf das Themenfeld der politischen Kommunikation seit Mitte der 1990er Jahre.

Ein nach den 1970er Jahren neu zur Erforschung entdecktes Themenfeld stellt offenkundig die Gesundheitskommunikation dar. Werke zu diesem in den 1970er Jahren kaum beachteten Thema werden in den 2000er Jahren am zweithäufigsten zitiert. Auch bei fast allen anderen Themen steigt der Anteil der zitierten Werke, die sich mit der öffentlichen Kommunikation darüber beschäftigt haben, zwischen den 1970er und 2000er Jahren signifikant an (siehe Abbildung 4). Dies deutet darauf hin, dass die Kommunikationswissenschaft sich zuletzt mehr als drei Jahrzehnte zuvor mit der Forschung zu Detailspekten von (öffentlicher) Kommunikation beschäftigt hat.

Abbildung 4: Anteil der kommunikationswissenschaftlichen zitierten Werke (n=10.904) mit Bezug zu Kommunikation über bestimmte gesellschaftliche Themen nach Jahrzehnten



Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests zum Vergleich der beiden Jahrzehnte (Chi-Quadrat- und entsprechende p-Werte, df jeweils=1): Politik/Wahlen: 55,406, $p < 0,001$; Gesundheit: 86,365, $p < 0,001$; Kriege/Krisen: 8,185, $p < 0,01$; Kriminalität: 16,089, $p < 0,001$; Wissenschaft: 16,496, $p < 0,001$; Sport: 3,132, $p < 0,1$; Medien: 8,853, $p < 0,01$; Wirtschaft/Finanzen: 9,286, $p < 0,001$; Kunst/Kultur: = 0,000, $p \approx 0,996$; Umwelt/Klima: 11,864, $p < 0,01$

5. Fazit

Durch ihren Rückgriff auf die Bibliometrie zieht unsere fachgeschichtliche Studie besonders objektive Indikatoren für den Nachweis fachgeschichtlicher Entwicklungen heran. Persönliche Eindrücke langjähriger Fachvertreter wurden dabei jedoch oft bestätigt, so dass die Studie auch der Validierung mancher bereits vorhandener, aber noch nicht vollumfänglich gesicherter Erkenntnisstände dient.

Wir gingen erstens der Frage nach, woher die Autoren von *Publizistik* und *M&K* ihre *Inspiration* bezogen, d. h. welche anderen Publikationen ihnen als Grundlagen ihrer Aufsätze dienten. Zusammenfassend ist festzustellen, dass man sich in den 1970er Jahren zu gleichen Teilen auf nichtwissenschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Werke bezog, während in den 2000er Jahren überwiegend kommunikationswissenschaftliche Werke berücksichtigt wurden. Die Sprache der zitierten Werke ist in weit überwiegenderem Maße Deutsch oder Englisch, wobei der Anteil der englischsprachigen Werke im Vergleich der 1970er und 2000er Jahre deutlich zunahm. Damit werden eindeutig Impulse von außerhalb des Fachs wie auch aus der ausländischen Forschung bezogen. Gleichwohl scheint der Anteil der kommunikationswissenschaftlichen und der deutschsprachigen zitierten Werke relativ hoch zu sein. Dies kann verschieden gedeutet werden: im Fall der Fachzugehörigkeit der zitierten Werke als Zeichen der Etablierung und Professionalisierung des Fachs, das nun eine eigene Grundlagenliteratur besitzt und nutzt. Andererseits lässt sich dies aber auch als eine Abnahme des Willens verstehen, sich auf möglicherweise nutzbringende Irritationen durch Außenperspektiven einzulassen – worin keine geringe Gefahr läge. „Generating records from the perspective of particular

disciplines entails the danger of preventing the researchers from recognizing phenomena of communication that do not fit their disciplinary perspectives.” (Krippendorff 2005: 8) Leider existieren jedoch keine klaren Erkenntnisse dazu, wie viel Öffnung nach außen zur Vermeidung einer fachlichen Borniertheit instrumentell ist und ab welchem Ausmaß diese Öffnung andererseits zum Verlust der fachlichen Identität führt. Bezüglich des hohen Anteils an deutschsprachigen zitierten Werken (60,5 Prozent bei den kommunikationswissenschaftlichen bzw. 52,9 Prozent bei den sonstigen wissenschaftlichen zitierten Werken) gilt es zu bedenken, dass schon der Anteil der *existierenden englischsprachigen* (kommunikations-)wissenschaftlichen Literatur ein Vielfaches des Anteils der entsprechenden deutschsprachigen Literatur beträgt (man denke hier allein an das Verhältnis einschlägiger deutsch- und englischsprachiger Fachzeitschriften). Vor diesem Hintergrund scheint eine relative Präferenz für die Zitation von Literatur der eigenen Sprache (vgl. Yitzhaki 1998: 243) bei den Autoren von *Publizistik* und *M&K* gegeben zu sein. Sie bezogen sich zu mehr als der Hälfte auf Publikationen, die aufgrund der Sprache in anderen Ländern kaum rezipiert werden (können). Ob dies einen hohen Wert darstellt, ist trotz allem debattierfähig. Geht man von einem hohen Wert aus, lässt sich das Ergebnis in positiver Hinsicht als Unabhängigkeit von der Literatur anderer Sprachen betrachten, in negativer Auslegung hingegen als Zeichen der Selbstgenügsamkeit (vgl. Yitzhaki 1998: 247), wie sie Schulz (vgl. 2006: 95) der deutschen Kommunikationswissenschaft ohnehin attestiert.

Die zweite wesentliche Frage der Studie war, womit sich die Autoren von *Publizistik* und *M&K* thematisch beschäftigten. Die Zitation eines Werkes indiziert dabei, dass der Zitierende zumindest Teilen des Werkes Aufmerksamkeit gewidmet hat. Zudem kann man annehmen, dass sich die Aufsätze in *Publizistik* und *M&K* – nicht zwingend, aber oft und nicht unbedingt hauptthematisch, aber zumindest aspektweise – mit den Hauptthemen der zitierten Werke befassen. Da sich wissenschaftliche Disziplinen über ihre Gegenstände definieren, lassen die Ergebnisse in gewissem Ausmaß Rückschlüsse auf die *Identität* der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum – soweit sie in den Publikationen von *Publizistik* und *M&K* abgebildet wird – zu. Durch unsere Studie ergibt sich das Bild von einem Fach, das vor allem massenkommunikativen Phänomenen Aufmerksamkeit widmet und besonders das Fernsehen sowie digitale Medien und Printmedien ins Visier nimmt. Unterscheidet man nach Arten von Kommunikatoren bzw. Inhaltsgattungen, ist der Journalismus von vorrangigem Interesse.

Die hier vorgenommene Selbstvergewisserung führte damit sicherlich zu keinem unerwarteten Ergebnis. Allerdings gilt: „Aus der Tatsache, dass bestimmte Themen und Zugänge häufiger vorkommen, erwachsen noch keine Ansprüche, dass dies die richtigen und wichtigen Themen und Zugänge sind.“ (Donsbach et al. 2005: 48f.) Die Resultate unserer Studie machen auch deutlich, dass zahlreichen *vermeintlichen* Randthemen nur wenig Aufmerksamkeit zukommt. Die Kommunikationswissenschaft muss sich z. B. fragen, *warum* sie traditionell einen so starken Fokus auf Massenkommunikation legt, wo doch interpersonale Kommunikation ebenso einen erheblichen Teil der sich ereignenden Kommunikation ausmacht. Der Name des Faches würde eine ausgiebige Beschäftigung mit diesem Phänomen eigentlich erfordern. So aber entsteht der Eindruck, dass bestehende Forschungstraditionen wie eine Norm wirken, welche die Forschung außerhalb dieser Traditionen als eher unwichtig definiert. Die Bevorzugung bestimmter Themenfelder – und die damit einhergehende Vernachlässigung anderer, auf welche die vorliegende Studie hinweist – kann jedenfalls nicht ausschließlich sachlich begründet werden. Radio, Computerspiele, Werbung und Public Relations verdienen angesichts

ihrer Reichweite und Bedeutung mehr Beachtung als sie derzeit erhalten. Hier können zukünftige Studien ansetzen.

Literatur

- Altmeppen, K.-D. & Karmasin, M. (2002). Medienökonomie als transdisziplinäres Lehr- und Forschungsprogramm. In: G. Siegert (Hrsg.), *Medienökonomie in der Kommunikationswissenschaft. Bedeutung, Grundfragen und Entwicklungsperspektiven* (S. 27-38). Münster: Lit.
- Arnold, K. (2007). Die historische Perspektive. *Aviso*, 45, 19.
- Ball, R. & Tunger, D. (2006). Science indicators revisited – Science Citation Index versus SCOPUS: A bibliometric comparison of both citation databases. *Information Services & Use*, 26(4), 293-301.
- Beniger, J. R. & Gusek, J. A. (1995). The cognitive revolution in public opinion and communication research. In: T. L. Glasser & C. T. Salmon (Hrsg.), *Public opinion and the communication of consent* (S. 217-248). New York, NY: The Guilford Press.
- Bohrmann, H. (1997). Zur Geschichte des Fachs Kommunikationswissenschaft seit 1945. In: H. Fünfgeld & C. Mast (Hrsg.), *Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven* (S. 51-67). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Borgman, C. L. (1989). Bibliometrics and Scholarly Communication. Editor's Introduction. *Communication Research*, 16(5), 583-599.
- Broadus, R. N. (1987). Toward a Definition of „Bibliometrics“. *Scientometrics*, 12(5-6), 373-379.
- Brosius, H.-B. (1994). Integrations- oder Einheitsfach? *Publizistik*, 39(1), 73-90.
- Brosius, H.-B. (1998). Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Profil. Wer publiziert in „Publizistik“ und „Rundfunk und Fernsehen“? *Rundfunk und Fernsehen*, 46(2-3), 333-347.
- Brosius, H.-B. & Haas, A. (2009). Auf dem Weg zur Normalwissenschaft. Themen und Herkunft der Beiträge in Publizistik und Medien & Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 54(2), 168-190.
- Bühl, W. L. (1974). *Einführung in die Wissenschaftssoziologie*. München: Beck.
- Creaser, C., Oppenheim, C. & Summer, M. A. C. (2011). What do UK academics cite? An analysis of references cited in UK scholarly outputs. *Scientometrics*, 86(3), 613-627.
- Dominick, J. R. (1997). Citation Analysis of the Journal of Broadcasting & Electronic Media: Another Perspective. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(3), 427-438.
- 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.
- Glotz, P. (1990). Von der Zeitungs- über die Publizistik- zur Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 35(3), 249-256.
- Huber, N. (2010). *Kommunikationswissenschaft als Beruf. Zum Selbstverständnis von Professoren des Faches im deutschsprachigen Raum*. Köln: Halem.
- Kamhawi, R. & Weaver, D. (2003). Mass Communication Research Trends from 1980 to 1999. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(1), 7-27.
- Klaus, E. (1998). *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Krippendorff, K. (2005). Being Blind or Forgetting? Research after all is re-search. *Aviso*, 40, 8-9.
- Kutsch, A. & Pöttker, H. (Hrsg.) (1997). Kommunikationswissenschaft – autobiographisch. Zur Entwicklung einer Wissenschaft in Deutschland. *Publizistik*, 42(Sonderheft 1).
- Lauf, E. (2002). Selbstbeobachtung erwünscht. Plädoyer für eine umfassende Evaluation des Faches. *Aviso*, 29, 6-8.
- Lin, Y. & Kaid, L. L. (2000). Fragmentation of the intellectual structure of political communication study: Some empirical evidence. *Scientometrics*, 47(1), 143-164.
- Löblich, M. (2010). *Die empirisch-sozialwissenschaftliche Wende in der Publizistik- und Zeitungs-wissenschaft*. Köln: Halem.

- Löblich, M. & Scheu, A. M. (2011). Writing the History of Communication Studies: A Sociology of Science Approach. *Communication Theory*, 21(1), 1-22.
- Marx, W. (2011). Bibliometrie in der Forschungsbewertung. Aussagekraft und Grenzen. *Forschung & Lehre*, 18(11), 858-860.
- Merten, K., Schmidt, S. J. & Weischenberg, S. (Hrsg.) (1994). *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meyen, M. & Löblich, M. (2006). *Klassiker der Kommunikationswissenschaft. Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Mittelstraß, J. (1982). *Wissenschaft als Lebensform. Reden über philosophische Orientierungen in Wissenschaft und Universität*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Park, H. W. & Leyesdorff, L. (2009). Knowledge linkage structures in communication studies using citation analysis among communication journals. *Scientometrics*, 81(1), 157-175.
- Pöttker, H. (2008). Brauchen wir noch (Kommunikations-)Geschichte? Plädoyer für ein altes Fach mit neuem Zuschnitt. In: A. Klaus, M. Behmer & B. Semrad (Hrsg.), *Kommunikationsgeschichte. Positionen und Werkzeuge. Ein diskursives Hand- und Lehrbuch* (S. 19-43). Berlin: Lit.
- Potthoff, M. & Kopp, S. (2013). Die meistbeachteten Autoren und Werke der Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 58(4), 347-366.
- Pürer, H. (2003). *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK.
- Ridder, C.-M. & Engel, B. (2010). Massenkommunikation 2010: Mediennutzung im Intermediavergleich. Ergebnisse der 10. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie zur Mediennutzung und -bewertung. *Media Perspektiven*, o. Jg. (11), 523-536.
- Ronneberger, F. (1978). Zur Lage der Publizistikwissenschaft. Ein Essay. In: G. Steindl (Hrsg.), *Publizistik aus Profession. Festschrift für Johannes Binkowski* (S. 11-19). Düsseldorf: Droste.
- Saxer, U. (1980). Grenzen der Publizistikwissenschaft. Wissenschaftswissenschaftliche Reflexionen zur Zeitungs-/Publizistik-/Kommunikationswissenschaft seit 1945. *Publizistik*, 25(4), 525-543.
- Scheu, A. (2012). *Adornos Erben. Eine Verdrängungsgeschichte?* Köln: Halem.
- Schulz, W. (2006). Communication research in the past half century: A personal account of what has been typical, striking, important, and deplorable in German-speaking countries. *Publizistik*, 51(1), 92-96.
- Schulz, W. (2011). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. Wiesbaden: VS.
- Tomasello, T. K., Lee, Y. & Baer, A. P. (2010). ‚New media‘ research publication trends and outlets in communication, 1990-2006. *New Media & Society*, 12(4), 531-548.
- Weischenberg, S. (2014). *Max Weber und die Vermessung der Medienwelt. Empirie und Ethik des Journalismus - eine Spurenllese*. Wiesbaden: Springer VS.
- Wendelin, M. (2008). Kanonisierung in der Kommunikationswissenschaft. Lehrbuchentwicklung als Indikator einer „kognitiven Identität“. *medien & zeit*, 23(4), 28-36.
- Wiedemann, T. (2012). *Walter Hagemann. Aufstieg und Fall eines politisch ambitionierten Journalisten und Publizistik-Wissenschaftlers*. Köln: Halem.
- Wilke, J. (2010). *Personen, Institutionen, Prozesse. Fachgeschichtliche Beiträge zur Kommunikationswissenschaft und Medienforschung*. Köln: Halem.
- Wolling, J. (2006). Schneller und vielfältiger. DGPK-Mitglieder favorisieren zusätzliche Online-Fachzeitschrift. *Aviso*, 42, 12-13.
- Yitzhaki, M. (1998). The ‘Language Preference’ in Sociology: Measures of ‘Language Self-Citation’, ‘Relative Own-Language Preference Indicator’, and ‘Mutual Use of Languages’. *Scientometrics*, 41(1-2), 243-254.