

Empirische Methodenlehre in der Kommunikationswissenschaft

Anforderungen der DG PuK an die empirische Methodenlehre in kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen

1 Stellenwert der empirischen Methoden in der Kommunikationswissenschaft¹

“Die Kommunikationswissenschaft versteht sich heute im Kern als eine theoretisch und empirisch arbeitende Sozialwissenschaft mit interdisziplinären Bezügen.” (Selbstverständnispapier der DG PuK vom Januar 2001, S. 7). Da es – gleichgültig, ob quantitativ oder qualitativ angelegt – das Ziel empirischen wissenschaftlichen Arbeitens ist, Theorien zu bilden, zu prüfen und weiterzuentwickeln, basiert die empirische Sozialwissenschaft – wie sämtliche Erfahrungswissenschaften – auf der systematischen Beobachtung und Beschreibung von Realität, sei diese als gegeben oder als konstruiert angenommen. Aufgrund dieses Selbstverständnisses kommt den Methoden innerhalb der Erfahrungswissenschaften eine Schlüsselstellung zu: Sie stellen den anerkannten Kanon der intersubjektiven und systematischen Vorgehensweisen und Kriterien empirischen Arbeitens dar und tragen somit zum Erkenntnisfortschritt bei. Das Selbstverständnis einer Wissenschaft und ihrer „scientific community“ konstituiert sich deshalb wesentlich über ihre Methoden. Für die Kommunikationswissenschaft als eine relativ junge Wissenschaft gilt, dass sie ihre Forschungsaufgaben nur dann optimal erfüllen kann, wenn sie die Methoden, die sie zum Teil aus anderen Disziplinen heranzieht, reflektiert und evaluiert, verbessert und an die spezifischen kommunikationswissenschaftlichen Fragestellungen anpasst. Insofern liegt in der eigenständigen Methoden(weiter)entwicklung auch ein Moment der fachspezifischen Emanzipation und Etablierung.

Ein verbindlicher und intradisziplinär anerkannter fachspezifischer Methodenkanon ist damit eine notwendige, wenn auch nicht hinreichende Bedingung für das interne Selbstverständnis und die externe Abgrenzung einer akademischen Disziplin. Die Verständigung auf einen solchen Kanon wird als integrativ und identitätsstiftend zugleich verstanden.

¹ Bekanntermaßen sind die Bezeichnungen der Fachstudiengänge höchst heterogen. Es soll daher präzisierend betont werden, dass sich diese Empfehlungen (unabhängig von der konkreten Namensgebung) an sozialwissenschaftlich ausgerichtete medien-, kommunikationswissenschaftliche und publizistikwissenschaftliche Fachstudiengänge richten (vgl. Selbstverständnispapier der DG PuK, 2001). Da die Titel solcher Studiengänge relativ häufig den Namensbestandteil „Kommunikationswissenschaft“ beinhalten, ist in diesem Papier stellvertretend auch für anderslautende Bezeichnungen von Kommunikationswissenschaft die Rede.

2 Notwendigkeit der Qualitätssicherung in der empirischen Methodenlehre

In der Kommunikationswissenschaft bilden empirische Methoden das Instrumentarium, um Ursachen, Strukturen, Prozesse, Bedingungen und Wirkungen von Kommunikation und Massenkommunikation hinreichend präzise, verlässlich und valide beobachten zu können und so Erkenntnisgewinn zu ermöglichen. Die Ausbildung des akademischen Nachwuchses in den dafür nötigen Methoden ist von zentraler Bedeutung nicht nur für die kompetente Forschungsarbeit, sondern auch für die Tradierung der methodischen Erkenntnisse des Fachs von einer Wissenschaftlergeneration zur nächsten, letztlich also für die Statussicherung der Disziplin und die Weiterentwicklung des Fachs. Aber auch für Absolventen, die nicht die wissenschaftliche Laufbahn einschlagen, ist eine qualifizierte Methodenlehre unerlässlich. Sie ermöglicht zum Einen die kritische Reflexion der im Studium thematisierten Theorien und Befunde, zum Anderen bildet sie ein unverzichtbares Rüstzeug in der beruflichen Praxis: Für nahezu alle Berufsbilder im Bereich der Massenkommunikation gilt, dass Akteure und Entscheider zunehmend mit sozialwissenschaftlichen Befunden und empirischen Daten als Entscheidungsgrundlage konfrontiert werden, sei es als Journalisten oder als Strategen in Public Relations, Werbung, Medienmanagement oder Mediaplanung. Für kommunikationswissenschaftliche Studiengänge, die für solche Berufe fundiert ausbilden wollen, ist die Vermittlung grundlegender methodischer Kenntnisse deshalb unerlässlich. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass gerade die Methodenlehre den Vorsprung kommunikationswissenschaftlicher Absolventen vor den in die gleichen Berufsfelder drängenden Examinierten fachfremder Fächer sichert und sie konkurrenzfähig macht. Die Karrierechancen der Absolventen gelten hochschulpolitisch als wichtiger Indikator; sie zu verbessern und zu fördern festigt mittelbar auch die Stellung des Fachs im wissenschaftlichen Kanon.

3 Der Methodenkatalog der empirischen Kommunikationswissenschaft

Ein Katalog empirisch-methodischer Lehrinhalte, der die wesentlichen Elemente für eine fundierte und umfassende empirisch-kommunikationswissenschaftliche Ausbildung beinhaltet, ist damit in vielerlei Hinsicht zentral für alle kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge. Studiengänge, die sich als kommunikationswissenschaftlich im Sinne der DGPK verstehen, sollten folgende Inhalte regelmäßig in ihrem Curriculum anbieten:

Im Grundstudium (Grundstufe beim BA)² Vorlesungen, Übungen oder Seminare zu:

² Die neuen BA-Studiengänge sind in ihrem Aufbau äußerst vielfältig. Dennoch ist in vielen BA-Studiengängen eine Struktur nicht unähnlich zu den traditionellen Magister- und Diplomstudiengängen zu erkennen, wenn auch die Bezeichnungen jeweils verschieden sind. Insbesondere wird häufig zwischen einer Grund- und einer Aufbaustufe unterschieden (mancherorts auch Assessment- und Qualifikationsphase). Wenn im Folgenden also von der „Grundstufe beim BA“ die Rede ist, so sind damit eher grundlegende oder einführende Module bzw. Vorlesungen und Seminare gemeint, die weitgehend analog zum Grundstudium in bisherigen Magister- oder Diplomstudiengängen zu sehen sind. Entsprechend ist mit der „Aufbaustufe beim BA“ eine Struktur analog zum bisherigen Hauptstudium gemeint.

- Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung (z.B. Wissenschaftstheorie, Forschungslogik, Indikatoren-, Hypothesen- und Theoriebildung, Umgang mit Operationalisierungen, Konstrukten und Variablen; Messtheorie; Auswahlverfahren),
- Statistik I (z.B. deskriptive univariate und bivariate Statistik, Kombinatorik, Verteilungen, Wahrscheinlichkeitstheorie, schließende Statistik, Schätz- und Testtheorie),
- Konzeption und Anwendung von Befragungen,
- Konzeption und Anwendung von Inhaltsanalysen,
- Konzeption und Anwendung von (quasi-)experimentellen Forschungsdesigns,
- Konzeption und Anwendung qualitativer Verfahren,
- Datenanalyse I (Einführung in Software wie SPSS und Excel, Dateneingabe, -aufbereitung und –auswertung).

Im Hauptstudium (Aufbaustufe beim BA) Vorlesungen, Übungen oder Seminare zu:

- Statistik II/Datenanalyse II (Multivariate Verfahren wie multiple Regressionen, mehrfaktorielle (Ko-)Varianzanalysen, Faktoren-, Zeitreihen-, Diskriminanz- und Clusteranalysen),
- Spezielle und/oder fortgeschrittene Verfahren der qualitativen und/oder quantitativen Datenerhebung und/oder –auswertung
(z.B. Telemetrie, Messen und Testen, Strukturgleichungsmodelle, psycho-physiologische Messungen, Konversationsanalyse, Beobachtung, fortgeschrittene Anwendungen der qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden, forschungsspezifische Methoden wie Methoden der Online-Forschung, der Rezeptionsforschung, usw.),
- Forschungs- und Projektarbeiten (Konzipierung und Anwendung auch komplexer quantitativer und/oder qualitativer Methoden im Rahmen konkreter Forschungsprojekte).

Diese Aufstellung beschreibt die Zielvorstellung einer fundierten fachspezifischen kommunikationswissenschaftlichen Methodenlehre. Derzeit wird dieser anspruchsvolle Katalog nur von wenigen Instituten in vollem Umfang abgedeckt. Aufgrund der vielerorts knappen Lehrressourcen, der Heterogenität der verschiedenen Studienordnungen und –anforderungen innerhalb des Fachs sowie aufgrund der daraus resultierenden Unterschiede der im Rahmen des Studiums für die Methodenlehre vorgesehenen Zeitfenster und Ressourcen konnte dieses Angebot in der Regel meist nur ansatzweise realisiert werden. Die Tendenz ist allerdings steigend. Gerade mit der Umstellung auf BA- und Masterstudiengänge scheint eine Aufwertung der Methodenlehre einherzugehen.

Für spezifische ‚Teillösungen‘, die je nach Konzeption des jeweiligen Studiengangs Anwendung finden könnten, sind grob drei Modelle vorstellbar, die nach Ansicht der Fachgruppe „Methoden“ der DGPK für unterschiedliche Zwecke hinreichend vertretbar sind: Das *Standardmodell*, das *Profilierungsmodell* sowie das *Basismodell*.

- Das Standardmodell beschreibt den für allgemeine Vollstudiengänge der Kommunikationswissenschaft erforderlichen Lehrumfang, den zu erreichen im Interesse jedes Instituts liegen sollte.
- Das Profilierungsmodell beschreibt die Eckpunkte der Methodenlehre für solche Institute, die sich mit dem Schwerpunkt „Empirische Methodenlehre“ profilieren wollen.
- Das Basismodell schließlich enthält Bausteine der Methodenlehre, die nach Ansicht der DGPK auch für solche Studiengänge unverzichtbar sind, die nur zum Teil eine kommunikationswissenschaftliche Ausbildung vorsehen.

Die curricularen Ausgestaltungen der drei Modelle sind im Folgenden skizziert.

4 Modelle empirischer Methodenlehre in der Kommunikationswissenschaft

4.1 Das Standardmodell

Eine Ausbildung nach dem Standardmodell vermittelt Methodenkenntnisse, die für nahezu alle beruflichen Tätigkeiten im Massenkommunikationsbereich als unverzichtbar gelten können, für die Markt- und Meinungsforschung ebenso wie für den wissenschaftlichen Nachwuchs. Der Veranstaltungskatalog des Standardmodells sollte in Grund- und Hauptstudium umfassen (bzw. in der Grund- und in der Aufbaustufe bei den BA-Studiengängen):

- Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung (2 SWS)
- Statistik I (2 SWS)
- Datenanalyse I (2 SWS)
- Konzeption und Anwendung von Befragungen (2 SWS)
- Konzeption und Anwendung von Inhaltsanalysen (2 SWS)
- Konzeption und Anwendung qualitativer Verfahren (2 SWS)

Neben diesen unverzichtbaren Pflichtinhalten sollten zumindest zwei weitere Veranstaltungen aus dem folgenden Kanon regelmäßig angeboten werden. Dabei sollte jeder Studierende die Möglichkeit haben, während des Hauptstudiums (Aufbaustufe beim BA) ein Projekt- oder Werkstattseminar zu besuchen:

- Konzeption und Anwendung von (quasi-)experimentellen Forschungsdesigns (2 SWS)
- Statistik II/Datenanalyse II (2 SWS)
- Spezielle und/oder fortgeschrittene qualitative und/oder quantitative Verfahren der Datenerhebung und/oder –auswertung (je 2 SWS)
- Projekt- oder Werkstattseminare (je 2 SWS)

Es wird empfohlen, generell auf eine möglichst hohe Praxisanbindung zu achten. Das kann geschehen, indem kleinere Übungen durchgeführt und besprochen oder die Methodenkenntnisse an einem konkreten Forschungsprojekt erprobt werden. Gleichzeitig soll insbesondere bei den fortgeschritteneren bzw. projektbezogenen Lehrveranstaltungen auf eine enge Verzahnung von Methoden und Theorien geachtet werden. Eine besondere Rolle kommt hier den Projekt- oder Werkstattseminaren zu.

Es ist zu betonen, dass eine starke Betonung von qualitativen Methoden mit dem Modellvorschlag kompatibel ist. So können etwa im Hauptstudium (bzw. der Aufbaustufe beim BA)

statt Experiment und Statistik II / Datenanalyse II auch ein Methodenkurs mit speziellen qualitativen Erhebungs- und Auswertungsverfahren sowie ein Projektseminar mit einem qualitativen Methodenschwerpunkt angeboten werden. Umgekehrt gilt natürlich Entsprechendes.

4.2 Das Profilierungsmodell

Beim Profilierungsmodell wird eine vertiefende Methodenlehre angeboten, die deutlich über das Standardmodell hinausgeht. Es wird sowohl für forschungsorientierte allgemeine Magister- und BA-Vollstudiengänge als auch für spezielle methodenzentrierte Studiengänge (z.B. BA „Empirische Kommunikationsforschung“) als geeignet betrachtet. Das Profilierungsmodell sollte in Grund- und Hauptstudium (Grund- und Ausbaustufe beim BA) mindestens umfassen:

- Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung (2 SWS)
- Statistik I (2 SWS)
- Datenanalyse I (2 SWS)
- Konzeption und Anwendung von Befragungen (2 SWS)
- Konzeption und Anwendung von Inhaltsanalysen (2 SWS)
- Konzeption und Anwendung qualitativer Verfahren (2 SWS)

Neben diesen unverzichtbaren Pflichtinhalten sollten zumindest vier weitere Veranstaltungen aus dem folgenden Kanon angeboten werden, wobei auch auf die Breite der Auswahl zu achten ist. Jeder Studierende sollte die Möglichkeit haben, während des Hauptstudiums ein Projekt- oder Werkstattseminar zu besuchen.

- Konzeption und Anwendung von (quasi-)experimentellen Forschungsdesigns (2 SWS)
- Statistik/Datenanalyse II (2 SWS)
- Spezielle und/oder fortgeschrittene qualitative und/oder quantitative Verfahren der Datenerhebung und/oder –auswertung (je 2 SWS)
- Projekt- oder Werkstattseminare (je 2 SWS)

Während die oben als Pflichtinhalte bezeichneten Lehrangebote äquivalent zur Methodenlehre im Standardmodell sind, ist die curriculare Ausgestaltung der vier Zusatzveranstaltungen variabel und abhängig von der methodischen Schwerpunktsetzung der jeweiligen Institute. Selbstverständlich kann ein weitergehender Ausbau der Methodenlehre die Profilierung eines Studiengangs als methodenorientiert optimieren. Denkbar ist beispielsweise eine über die Anforderungen des Profilierungsmodells hinausgehende Konzentration auf qualitative Methoden

oder auf Methoden der empirischen Markt- und Meinungsforschung. Exakt in dieser methodischen bzw. methodologischen Schwerpunktsetzung liegt der eigentliche Sinn des Profilierungsmodells. Aus diesem Grund bildet das oben vorgeschlagene Lehrprogramm lediglich das Basisangebot in einem Profilierungsstudiengang, das je nach Schwerpunktsetzung zusätzlich aufgestockt werden kann. Das vorgeschlagene Basisangebot stellt lediglich sicher, dass entsprechende Studiengänge auch hinsichtlich der allgemeinen (d.h. unspezifischen) Methodenlehre eine führende Rolle übernehmen.

4.3 Das Basismodell

Das Basismodell kann für Vollstudiengänge als Orientierungsgröße gelten, die nach ihrem Selbstverständnis lediglich in Teil- oder Spezialbereichen der Kommunikationswissenschaft ausbilden wollen. Das Ausbildungsniveau wird ebenso für *inhaltlich spezialisierte* BA-Programme (z.B. Unterhaltungspublizistik) als hinreichend angesehen. Eine weiter reduzierte Methodenvermittlung kann hingegen auch nicht im Interesse einer partiell kommunikationswissenschaftlichen Ausbildung liegen. Erst recht kann das Basismodell nicht den Anforderungen für allgemeine kommunikationswissenschaftliche Vollstudiengänge genügen. In dieser Hinsicht liegt es bereits klar unter dem Mindestmaß der erforderlichen Methodenlehre. Das Basismodell ist dort prinzipiell nicht anwendbar. Es kann für Vollstudiengänge lediglich als Übergangslösung zum Einsatz kommen, wenn sie das für sie geltende Standardmodell zwar anstreben, aber aufgrund knapper Ressourcen noch bzw. vorübergehend nicht erreichen können. Der Veranstaltungskatalog des Basismodells umfasst:

- Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung (2 SWS)
- Einführung in die Statistik/Datenanalyse (2 SWS)
- Konzeption und Anwendung von Befragungen (quantitativ und qualitativ) (2 SWS)
- Konzeption und Anwendung von Inhaltsanalysen (quantitativ und qualitativ) (2 SWS)

Ein starker Praxisbezug wird empfohlen.

5 Umsetzung der Modelle

5.1 Vorbemerkung

Die bisherigen Ausführungen bezogen sich auf das Lehrangebot. Alle Studierenden sollten zumindest die Möglichkeit haben, das empfohlene Lehrangebot im Rahmen der Regelstudienzeit absolvieren zu können. Dies ist nicht mit Pflichtinhalten des Studiums gleichzusetzen. Auch diejenigen Institute, deren Angebot derzeit einen deutlichen methodischen Schwerpunkt mit bis zu acht Veranstaltungstypen zeigt, verlangen in der Regel nur drei bis vier qualifizierte Ausbildungsnachweise in diesem Bereich. Eine Änderung dieser Praxis würde die Änderung sämtlicher Studienordnungen voraussetzen und erscheint gegenwärtig eher unwahrscheinlich. Die DGPK regt daher die Mitglieder an:

- auf das Absolvieren des von der jeweiligen Studienordnung geforderten Mindestmaßes kommunikationswissenschaftlicher Methodenkurse durch die Studierenden besonders zu achten,
- die Studierenden zum Besuch zusätzlicher Methodenveranstaltungen zu ermuntern, zum Beispiel, indem für den Zugang zu Werkstatt-/Forschungsseminaren bestimmte Methodenkenntnisse erwünscht bzw. vorausgesetzt werden, auch wenn deren Erwerb nicht scheinpflichtig war,
- nach Möglichkeiten zu suchen, für mehrere, aufeinander aufbauende bzw. miteinander verknüpfte Veranstaltungsangebote nur einen einzigen, kombinierten Leistungsnachweis auszugeben,
- trotz der Diskrepanz zwischen geforderten Leistungsnachweisen und notwendigem Veranstaltungskanon nicht auf die unverzichtbare Heterogenität und Universalität der angebotenen Methodenlehre zu verzichten.

5.2 Magisterstudiengänge

Die Platzierung der einzelnen Inhalte in Grund- oder Hauptstudium ist bei Magisterstudiengängen von den Gegebenheiten der verschiedenen Studienordnungen abhängig und kann daher von Institut zu Institut variieren. Hierfür soll daher keine verbindliche Struktur vorgeschlagen werden. Die DGPK regt allerdings an, die Methodenlehre im Grund- und Hauptstudium so zu gliedern wie in Abschnitt 3 empfohlen. Dadurch soll erreicht werden, dass vor allem mit dem Ende des Grundstudiums die Studierenden über alle Institute hinweg über fundierte Methodenkenntnisse verfügen. Diese Regelung hat (mindestens) zwei Vorteile: (1) Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Fortgeschrittenenkursen und Werkstattseminaren verfügen idealerweise über die erforderlichen Methodengrundkenntnisse. (2) Studienortwechsel werden wesentlich erleichtert. Eine möglichst schnelle Homogenisierung der Studiengänge ist hier wünschenswert.

5.3 BA/MA-Studiengänge

Die Überlegungen und Empfehlungen gelten prinzipiell auch für BA/MA-Studiengänge. Häufig werden dort die Studienangebote in Form von Modulen strukturiert. In BA-Programmen ist dies nicht selten mit einer Reduktion des allgemeinen Veranstaltungskanons verknüpft (im Vergleich zu den längeren Magisterstudiengängen). Generell soll aber die Umgestaltung der kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge nicht zu Lasten der Methodenlehre gehen. Auch wird es nicht als sinnvoll erachtet, den Schwerpunkt der Methodenlehre erst in aufbauende MA-Programme zu platzieren. Stattdessen wird empfohlen, alle Veranstaltungen des entsprechenden Methodenmodells proportional in geeigneten BA- und MA-Modulen unterzubringen.

So ist beispielsweise ein BA-Methodenmodul in der Basisstufe wünschenswert, das die Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung, der Statistik, der Datenanalyse sowie der Erhebungsmethoden Inhaltsanalyse und Befragung umfasst. Neben diesem Grundlagenmodul können spezielle Verfahren und fortgeschrittene Methoden Anwendungen in Form von Übungen, Forschungs- oder Werkstattseminaren in weiteren BA-Modulen mit inhaltlich unterschiedlichen Schwerpunkten platziert werden (z.B. Modul „Wirkungsforschung“, Modul „Journalismusforschung“, Modul „Online-Kommunikation“, etc.). Die Master-Programme sollen folglich keine Methodengrundkenntnisse mehr vermitteln, sondern ausschließlich vertiefende Methodenveranstaltungen anbieten, die speziell für den akademischen Nachwuchs gedacht sind und/oder für den jeweiligen Master-Studiengang spezifisch sind (z.B. Methoden der Online-Forschung für einen Master-Studiengang „Online-Kommunikation“).

Mittel- bis langfristig ist eine Standardisierung der Methodenlehre gerade für die BA/MA-Studiengängen erstrebenswert, da flexible Studienortwechsel (auch mehrfache) ein wichtiges Motiv für die Umgestaltung der Magister- in BA/MA-Studiengänge darstellen.

5.4 Titel der Lehrveranstaltungen und Kombinationsmöglichkeiten

Die Titel der in den Modellen genannten Lehrveranstaltungen sowie die Aufteilung der Lehrinhalte auf einzelne Veranstaltungen sind lediglich als Vorschläge zu verstehen. Gegebenenfalls können die Inhalte auch anders zu Veranstaltungen kombiniert bzw. einzelne Veranstaltungen zusammengelegt werden. Allerdings sollten dabei die jeweils angegebenen Semesterwochenstunden nicht reduziert werden. Beispielsweise können die Inhalte zweier Veranstaltungen mit je 2 SWS in Form einer einzigen Veranstaltung mit 4 SWS angeboten werden, nicht aber in einer Veranstaltung mit nur 2 SWS. Dahinter steht die Überzeugung, dass die erfolgreiche Vermittlung der Methodenkenntnisse mit einem gewissen Mindestumfang an Lehre verknüpft ist. Die angegebenen SWS sind folglich als Untergrenze zu verstehen, die nicht weiter reduziert werden sollte. Diese liegt beim Standardmodell bei 16 SWS, beim Profilierungsmodell bei 20 SWS und beim Basismodell bei 8 SWS.

5.5 Substitution der Methodenlehre durch Veranstaltungen anderer Fächer

Aufgrund der knappen Lehrressourcen sind manche Institute und Professuren gezwungen, fehlende Methoden-Lehrangebote durch Kooperation mit anderen Fächern oder mittels ähnlicher Kurse aus deren Veranstaltungsangebot zu kompensieren. Das ist zur Überbrückung von Ressourcenproblemen ein gangbarer Weg und ist vor allem dann zu begrüßen, wenn andernfalls die Methodenlehre in der vorgeschlagenen Form nicht realisierbar wäre. Kompensationen aus dem Lehrangebot anderer Fächer können somit nur zur Beseitigung kurzfristiger Engpässe dienen. Sie sollten jedoch nicht die gängige Praxis der Methodenlehre in kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen sein. Das weitgehende oder gar komplette Auslagern der Methodenlehre auf andere Sozialwissenschaften wird nicht befürwortet. Die daraus resultierenden Spar- und Synergieeffekte stehen aus mindestens fünf Gründen in keinem vertretbaren Verhältnis zu den dadurch langfristig entstehenden fachlichen Nachteilen. Erstens halten sich die inhaltlichen Überschneidungen aufgrund fachspezifischer Anforderungen in Grenzen. Zweitens gibt es spezifische Methoden wie die Inhaltsanalyse, die nur selten in anderen Fächern angeboten werden und auch durch andere (hier z.B. textanalytische) Methoden nicht ersetzt werden können. Drittens ist eine fundierte und mit einschlägigen Beispielen aus kommunikationswissenschaftlicher Forschung arbeitende Methodenlehre nicht gewährleistet, wenn die Lehrenden aus unterschiedlichen Disziplinen stammen und kaum Bezug zur Kommunikationswissenschaft und ihren Fragestellungen haben. Interesse und Engagement für eine dezidiert kommunikationswissenschaftlich orientierte Methodenlehre kann letztlich nur von kommunikationswissenschaftlichen Lehrenden mit Nachdruck vertreten werden. Ausnahmen kann es bei der allgemeinen Statistikeinführung geben. Viertens kann die Auslagerung der Methodenlehre auf den wissenschaftlichen Nachwuchs demotivierend wirken. Wer weiß, dass er/sie niemals in der Methodenlehre eingesetzt wird, wird sich womöglich weniger gern und intensiv mit empirischen Methoden beschäftigen. Fünftens wird sich die Kommunikationswissenschaft auf Dauer nur behaupten können, wenn sie über ein zumindest adaptiertes bzw. partiell eigenständiges Methodeninstrumentarium verfügt, das zugleich fest in der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre verankert ist. Dazu ist eine fachspezifische Methodenforschung unabdingbar, die wiederum ohne eine fachspezifische Methodenlehre nicht denkbar ist. Um den Status einer wissenschaftlichen Disziplin zu halten, ist somit eine dezidiert kommunikationswissenschaftliche Methodenlehre unverzichtbar.

Zusammenfassend erscheint es geboten, die Methodenlehre in eigenständigen Veranstaltungen möglichst innerhalb der Kommunikationswissenschaft (und von Lehrenden der Kommunikationswissenschaft) anzubieten.