

Schneller und vielfältiger

DGPuK-Mitglieder favorisieren zusätzliche Online-Fachzeitschrift

Das wissenschaftliche Publikationswesen in unserem Fach steht vor großen Herausforderungen. Dies gilt vor allem für die Fachzeitschriften, deren Abonnenntenzahlen langsam, aber kontinuierlich zurückgehen. Braucht die Kommunikationswissenschaft unter diesen Umständen eine Online-Fachzeitschrift? In einer Online-Befragung konnten die DGPuK-Mitglieder im Juli ihre Ansichten äußern. Ein gutes Drittel (241) der knapp 700 angemalten Mitglieder hat den Fragebogen ganz oder zu großen Teilen beantwortet. Auf den Angaben dieser Personen beruhen die nachfolgend präsentierten Auswertungen.

Welche Relevanz haben die verschiedenen wissenschaftlichen Medien?

Wissenschaftliche Medien haben zwei Hauptfunktionen: Für die Fachgemeinschaft insgesamt bilden sie Plattformen des wissenschaftlichen Austauschs und der Information. Zugleich sind die in wissenschaftlichen Medien veröffentlichten Publikationen aber auch Nachweis von Produktivität und deswegen – insbesondere für Nachwuchswissenschaftler – von entscheidender Bedeutung für die Karriere.

Nach Ansicht der Befragten erfüllen – neben Monographien – vor allem die gedruckten deutsch- und englischsprachigen Fachzeitschriften beide Aufgaben sehr gut. Zwischen 84 und 96 Prozent aller Befragungsteilnehmer attestieren ihnen eine „eher große“ oder „sehr große“ Wichtigkeit für beide Funktionen. Publikationen in Sammelbänden sind hingegen für die wissenschaftliche Karriere offenbar nicht ganz so wertvoll. Aber auch hier sind es immerhin noch 64 Prozent der Befragten, die meinen, sie seien für das persönliche Fortkommen von großer Bedeutung. Im Vergleich dazu wird die derzeitige Relevanz von Online-Fachzeitschriften weitaus skeptischer eingeschätzt. Nur 44 Prozent bezeichnen deren Wichtigkeit als „eher“ oder „sehr groß“, und nur 34 Prozent glauben, dass sie für die wissenschaftliche Laufbahn relevant sind.

Welche Zeitschriften sind für den fachlichen Austausch am wichtigsten?

Zwei deutschsprachige Fachzeitschriften führen die Liste der wichtigsten Fachzeitschriften an: *Medien & Kommunikationswissenschaft* sowie *Publizistik* werden von mehr als 95 Prozent der Teil-

nehmer als „eher“ oder „sehr wichtig“ bezeichnet. Bei den deutschsprachigen Fachzeitschriften folgen *Media Perspektiven* (81 Prozent) und die *Zeitschrift für Medienpsychologie* (73 Prozent) an dritter Stelle und vierter Stelle. Vor den beiden letztgenannten Fachzeitschriften liegen jedoch noch drei englischsprachige Publikationen. Dabei handelt es sich um das *Journal of Communication*, das *European Journal of Communication* sowie um *Communication Research*.

Wie steht es um die Akzeptanz einer Online-Fachzeitschrift?

Auf die Frage, ob man es gut fände, wenn es für die deutschsprachige Medien- und Kommunikationswissenschaft eine bzw. mehrere Online-Fachzeitschriften gäbe – gemeint sind Fachzeitschriften, die *nur* online erscheinen und online recherchierbar sind –, antworten fast zwei Drittel, dass sie dies gut oder sehr gut fänden, ein weiteres Viertel ist unentschlossen. Nur 12 Prozent sind dagegen und bezeichnen ein solches Angebot als nicht so gut oder als schlecht. Obwohl den zurzeit verfügbaren Online-Fachzeitschriften eine geringere Bedeutung zugesprochen wird, ist also eine deutliche Mehrheit für die Etablierung einer oder mehrerer Online-Fachzeitschriften.

Wie soll die Gründung der Online-Fachzeitschrift erfolgen?

Auch hier sind die Präferenzen der Befragungsteilnehmer klar: 83 Prozent sind für die Neugründung einer Onlinefachzeitschrift, die *Medien & Kommunikationswissenschaft* sowie *Publizistik* ergänzen soll. Alle anderen Modelle, die darauf abzielen, eine oder beide der vorhandenen wich-

tigen Fachzeitschriften auf Online umzustellen oder aber durch die neu gegründete Online-Fachzeitschrift völlig zu ersetzen, finden nur bei maximal 15 Prozent der Befragten Zustimmung.

Wer soll die Online-Fachzeitschrift herausgeben?

Zunächst stellt sich die Frage, ob es sich bei der neu zu gründenden Online-Fachzeitschrift um eine Verlagspublikation handeln sollte oder ob es besser wäre, dass die Fachgesellschaft diese Aufgabe übernimmt. Hier sind die Mehrheitsverhältnisse nicht so eindeutig: 40 Prozent der Befragungsteilnehmer sind für einen Verlag, 24 Prozent für die DGPK. Bei beiden Optionen ist aber fast die Hälfte der Befragten unentschieden.

Hinsichtlich des Herausgeberstatus legen die Befragten vor allem Wert darauf, dass die Breite des Fachs vertreten ist. 77 Prozent stimmen dieser Aussage zu. Dass es sich dabei um renommierte Personen handelt, wird zwar ebenfalls von den meisten befürwortet (51 Prozent), diese Anforderung ist aber offenbar weniger wichtig.

Wie soll sich die Fachzeitschrift finanzieren, und wie soll der Zugang erfolgen?

Eine deutliche Mehrheit (76 Prozent) spricht sich dafür aus, die Beiträge der Online-Fachzeitschrift für alle Interessierten kostenlos und frei verfügbar bereitzustellen (Open Access). Wenn allerdings die Frage gestellt wird, wie sich eine solche kostenlose Fachzeitschrift finanzieren soll, dann zeigt sich, dass nicht jeder, der sich für Open Access ausspricht, dafür auch aufkommen will. Nur 46 Prozent der Befragten halten eine Erhöhung der Mitgliedsbeiträge der DGPK für akzeptabel, um die Online-Fachzeitschrift zu finanzieren. Hingegen fänden 64 Prozent die Option, die Finanzierung und den Zugang auf Abonnenten zu beschränken, für annehmbar, und 58 Prozent sind zwar grundsätzlich bereit, einen höheren Mitgliedsbeitrag zu zahlen, möchten im Gegenzug aber die Zugangsrechte auf die Mitglieder beschränkt sehen.

Welche Hoffnungen werden mit der Einrichtung einer Online-Fachzeitschrift verbunden?

Abgefragt wurden zum einen inhaltlich-organisatorische Aspekte, zum anderen wurden die vermuteten Folgen ermittelt. Eine bessere Wahrnehmung der Onlinebeiträge im Vergleich zu Beiträ-

gen in gedruckten Fachzeitschriften wird vor allem bei den Studierenden erwartet. 89 Prozent der Befragten meinen, dass dies zutrifft. Auch von Vertretern aus der Medienpraxis wird vermutet, dass man sie per Online-Fachzeitschrift besser erreichen kann (65 Prozent). Bei den eigenen Kollegen ist man hingegen skeptischer. Nur 44 Prozent der Befragungsteilnehmer glauben, dass man diese per Online-Beitrag leichter erreicht. Trotzdem vertreten aber über 60 Prozent die Ansicht, dass Beiträge in dieser neuen Online-Fachzeitschrift für die Karriere des Autors große Relevanz hätten.

Neben der verbesserten Erreichbarkeit von Studierenden und Medienpraktikern erwarten die Befragten aber vor allem einen beschleunigten Veröffentlichungsprozess (83 Prozent) und eine größere thematische Vielfalt (61 Prozent). Ob es der neu zu etablierenden Online-Fachzeitschrift gelingen wird, zum Leitmedium des Fachs zu werden, wird von den meisten Befragten noch bezweifelt. Aber immerhin 29 Prozent halten es für wahrscheinlich, dass die wirklich wichtigen Beiträge in Zukunft in dieser Online-Fachzeitschrift publiziert werden.

Wie soll die Qualität gesichert werden?

Die Befragungsteilnehmer wollen, dass die Fachzeitschrift hohen Qualitätsstandards genügt. 86 Prozent der Teilnehmer verlangen, dass alle Beiträge von Fachkollegen ohne Ansehen der Person begutachtet werden (Double-Blind-Peer-Review). 75 Prozent messen der Aufnahme in den SSCI eine große Bedeutung zu.

Zusammengefasst

Das Projekt einer Online-Fachzeitschrift für unser Fach stößt bei den Mitgliedern der DGPK auf große Sympathie. Hinsichtlich der zu erwartenden Leistungsfähigkeit der neuen Online-Fachzeitschrift haben die Mitglieder zum Teil recht große Erwartungen, zum anderen findet man aber auch skeptische Einschätzungen. Erheblichen Klärungsbedarf gibt es noch bei der organisatorischen Ausgestaltung und finanziellen Absicherung des Projekts. Die entscheidende Frage wird sein, wie viel wir bereit sind dafür zu zahlen, dass sich ein freier wissenschaftlicher Diskurs ohne Zugangsbeschränkungen entfalten kann.

JENS WOLLING