

Global Media Journal

German Edition

Invited Paper

Die „tiefe Internationalisierung“ der deutschen Kommunikationswissenschaft? Eine Evaluation der Personal- und Forschungsstrukturen sowie der Lehrprogramme deutscher Hochschulen

Carola Richter, Anne Grüne, Kai Hafez, Anke Fiedler, Markus Behmer, Christine Horz-Ishak, Hanan Badr, Anna Litvinenko, Oliver Hahn, Melanie Radue, Aynur Sarisakaloğlu, Martin Löffelholz, Susanne Fengler, Beate Illg, Kefa Hamidi, Thomas Hanitzsch & Barbara Thomaß

Zusammenfassung: Der Beitrag präsentiert und diskutiert die Ergebnisse einer umfassenden Befragung und mehrerer Dokumentenanalysen zu Personal- und Forschungsstrukturen sowie Lehrprogrammen in der deutschen Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf deren „tiefe Internationalisierung“ bzw. kosmopolitische Ausrichtung. Darunter verstehen wir eine umfassende Anerkennung und Einbindung globaler Vielfalt in die Wissensproduktion und messen dies entlang der Inhalts- und Raumdimension des Forschungs- und Lehroutputs der Professuren und der mit ihnen verbundenen Stellenstrukturen. Die Befunde zeigen, dass die deutsche Kommunikationswissenschaft einen großen Nachholbedarf hat, was eine kosmopolitische Wissensproduktion angeht. Vor dem Hintergrund der Relevanz globaler Werte, globalen Wissens und Global Governance werden aber auch Potentiale aufgezeigt sowie hochschulpolitische Maßnahmen diskutiert, die eine inhaltliche Internationalisierung der deutschen Kommunikationswissenschaft vorantreiben können.

Schlagwörter: Internationalisierung, Kommunikationswissenschaft, Deutschland, Lehre, De-Westernisierung, Forschung, Strukturen, Hochschulpolitik, Kosmopolitisierung

Abstract: This paper presents and discusses the results of a comprehensive survey and several document analyses on personnel and research structures as well as teaching programs in German communication studies regarding their “deep internationalization” or cosmopolitan orientation. By this, we mean a comprehensive recognition and integration of global diversity into knowledge production. We measure this through the content and spatial dimension of the research and teaching output of professors, as well as the teaching and research staff linked to them. The findings show that German communication studies is lagging a truly cosmopolitan knowledge production. Against the backdrop of the relevance of global values, global knowledge, and global governance, however, the study also points out potentials and discusses higher education policy measures that could advance the internationalization of German communication studies.

Keywords: Internationalization, Communication Studies, Germany, teaching, research, structure, university policy, cosmopolitanism

Angaben zu den Autor:innen:

Die vorliegende Studie ist von den Mitgliedern des DFG-Netzwerks „Kosmopolitische Kommunikationswissenschaft“ konzipiert, durchgeführt und verfasst worden. In diesem Netzwerk setzen sich etablierte und Nachwuchswissenschaftler:innen der deutschen Kommunikationswissenschaft für eine „tiefe Internationalisierung“ des Fachs ein. Die DFG fördert das Netzwerk von 2021 bis 2024. Neben der Studie werden eine Konferenz (2023) und Workshops durchgeführt sowie ein Handbuch für kosmopolitische Kommunikationswissenschaft erstellt (erscheint ca. 2024). Koordiniert wird das Netzwerk von Prof. Dr. Carola Richter, Freie Universität Berlin.

Weitere Informationen finden Sie auf der [Website des Netzwerks](#).

E-Mail: carola.richter@fu-berlin.de

To cite this article: Richter, Carola; Grüne, Anne; Hafez, Kai; Fiedler, Anke; Behmer, Markus; Horz-Ishak, Christine; Badr, Hanan; Litvinenko, Anna; Hahn, Oliver; Radue, Melanie; Sarisakaloğlu, Aynur; Löffelholz, Martin; Fengler, Susanne; Illg, Beate; Hamidi, Kefa; Hanitzsch, Thomas & Thomaß, Barbara (2023). Die „tiefe Internationalisierung“ der deutschen Kommunikationswissenschaft? Eine Evaluation der Personal- und Forschungsstrukturen sowie der Lehrprogramme deutscher Hochschulen. *Global Media Journal – German Edition*, 13(1), DOI: <https://doi.org/10.22032/dbt.57904>

Problemstellung und Forschungsinteresse

Es liegt in der Natur der Sache, dass sich die Kommunikationswissenschaft der Herausforderung stellen muss, mit ihren sich rasant entwickelnden Gegenständen Schritt zu halten. Kein Wunder also, dass heute Digitalisierung im Fokus vieler Entwicklungen des Fachs steht. Doch so wichtig die Analyse digitaler Welten ist – sie sollte nicht dazu führen, die Erforschung der Welt insgesamt zu vernachlässigen. Wenn Medien uns vorführen, wie leicht technisch globale Grenzen überwunden werden können, dürfen wir als Forschende selbst nicht in lokalen Mustern verharren. Tatsächlich lauert hier eine Jahrhundertaufgabe: Die international orientierte Kommunikationsforschung muss trotz mancher Fortschritte der letzten Jahre immer noch vom Spezialistentum zur Querschnittsaufgabe werden. Die Globalisierung der Wissenschaft ist ein Prozess, der die Mitwirkung aller Beteiligten braucht.

Das von der DFG geförderte Netzwerk „Kosmopolitische Kommunikationswissenschaft“ hat sich daher zum Ziel gesetzt, ein Mapping der deutschen Kommunikationswissenschaft zu erstellen, das aufzeigt, ob und in welcher Form eine „tiefe Internationalisierung“ in Lehre und Forschung hierzulande verankert ist. Es geht dabei im Kern um eine *quantitative Vermessung* und *qualitative Bewertung* kommunikationswissenschaftlicher Wissensproduktion, die sich auf internationale Gegenstände, Kontexte und Vergleiche richtet. Wie steht es also um einen kosmopolitischen Wissenschaftsansatz, der die inhaltliche Beschäftigung mit globalen, internationalen, interkulturellen, transnationalen und/oder transkulturellen Perspektiven ebenso umfasst wie eine interdisziplinäre und international orientierte Forschungspraxis, die kollaborativen Dialogen mit Wissenschaftsgemeinschaften jenseits deutscher und anglo-amerikanischer Prägung gegenüber aufgeschlossen ist?

Kosmopolitische Wissenskultur zeichnet sich für das Netzwerk damit einerseits durch die Erweiterung von Raumgrenzen der untersuchten Gegenstände und deren Kontexte aus. Alte Demarkationen wie der Globale Norden und Süden dürfen heutzutage keine Forschungsbarrieren mehr sein. Es gilt viel konsequenter als bisher über den eurozentrischen Tellerrand hinauszuschauen, um einen Beitrag zu leisten, Deutschland fit für die Zukunft zu machen. Die Akzeptanz internationaler wissenschaftskultureller Diversität kommt andererseits auch in der Verarbeitung von theoretischen Perspektiven und Ansätzen, Methodologien und Untersuchungsgegenständen zum Ausdruck, die die tradierten Pfade des unmittelbaren Erfahrungsbereichs westlicher Forscher:innen verlassen bzw. ergänzen. Es geht letztlich um eine umfassende Anerkennung und Einbindung globaler Vielfalt in die Wissensproduktion – was wir als „tiefe Internationalisierung“ bezeichnen.

Die Relevanz des Ansatzes der „tiefen Internationalisierung“ der Fachinhalte gründet sich aber nicht nur und vielleicht nicht einmal primär auf der bloßen Positionierung für eine kosmopolitische Weltanschauung und Wertesystem. Es geht hier vielmehr darum, die Rolle kommunikationswissenschaftlicher Forschung im funktionalen Kontext einer notwendigen Transformationsfähigkeit des Standorts Deutschland zu verstehen und zu verbessern.

Eine global orientierte Wissenschaft ist ganz besonders gefordert, wenn die multipolaren und transkulturellen Dynamiken der Weltordnung als auch deren kommunikative Grundlagen ernst genommen werden. Die wissenschaftliche Relevanz globaler Kompetenz hängt dann mit der gesellschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit automatisch zusammen. Nur mit Wissen über inter- und transnationale Zusammenhänge lässt sich auch an *Global Governance* teilhaben und lassen sich weltweite Interdependenzen mitgestalten. Gerade supra- und internationale Organisationen wie die UNESCO oder die EU benötigen dringend kommunikationswissenschaftliche Expertise, um etwa aktuelle Herausforderungen wie die digitale Regulierung und die Sicherstellung von Informationsfreiheit auf internationaler Ebene zu bewältigen. Wenn hier das nötige Überblicks- und Vergleichswissen über weltweit entwickelte Strategien nur wenigen Wissenschaftsnationen überlassen wird, ist dies für eine balancierte globale Steuerung von Nachteil und die globale Wissensproduktion wird gefährdet. Letztere ist dabei nicht bloß Voraussetzung für Global Governance, sie ist auch eine Verantwortung, der nationale Wissenschaftssysteme nachkommen müssen, weswegen die internationale Beobachtungs- und Analyseleistung unserer Wissenschaft von besonderem Evaluationsinteresse ist.

Wie wenig die deutsche Kommunikationswissenschaft in ihrer Breite auf weltpolitische Umbrüche vorbereitet und diese analytisch zu begleiten in der Lage ist, hat sich in der jüngeren Vergangenheit immer wieder gezeigt. Kommunikationskulturen in arabischen Ländern, deren politische Aufstände (Stichwort „Arabischer Frühling“) sich viele Jahre vorher in den Medien ankündigten, werden nur von wenigen erforscht. Gleiches gilt für Länder wie Russland oder China, deren öffentliche Diskurse allenfalls am Rande Beachtung finden. Dass ausgerechnet Indien, eine der ältesten Demokratien und das einwohnerreichste Land der Erde, eine zunehmend restriktive Medienpolitik forciert, wird weitgehend ignoriert. Eklatante Wissenslücken und auch akademische Ignoranzstrukturen lassen zunehmend an der politischen Relevanz der deutschen Kommunikationswissenschaft zweifeln. Dass solche Entwicklungen innen- wie außenpolitisch wissenschaftsbasiert und vorausschauend begleitet werden müssen, sollte auf der Hand liegen.

Die Analyse von Kommunikation als wichtiger Ressource neben Ökonomie und Politik ist nicht nur für die Gestaltung transnationaler Strukturen, sondern auch für innergesellschaftliche Prozesse von Relevanz. Von der Digitalisierung über politische Meinungsbildung bis hin zu sozialen Problemen wie Rassismus und Sexismus haben Kommunikationsphänomene eine internationale Dimension, die in den gesellschaftlichen Zusammenhalt hineinwirkt. Dass der Umgang mit Multikulturalismus und der neo-nationalistischen Gefahren für die Demokratie heute so anstrengend wirken, hat möglicherweise auch mit einem Missverständnis zwischen medial konstruierten Modernitätspostulaten und unzureichend analysierten kommunikativen Barrieren zwischen Minderheiten und Mehrheiten zu tun – Prozesse, die nicht nur Journalismus- und Medien-abhängig sind, sondern bei deren Untersuchung die gesamte Bandbreite kommunikationswissenschaftlicher Forschung gefragt ist. In einer globalisierten Welt sind alte Unterscheidungen wie zwischen Innen- und

Außenpolitik oder Inlands- und Auslandsrundfunk zunehmend obsolet. Gerade deshalb, weil viele Menschen weltweit nach wie vor in ihren nationalen Mediendiskursen verharren, müssen ihre (begrenzten) Weltbilder ein noch zentralerer Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Forschung werden. Eine vernetzte Welt verlangt nach vernetzten Informations- und Kommunikationskulturen; die dafür nötigen Umbauten und Reformen werden nur möglich sein, wenn die Wissenschaft diese analysiert, prognostiziert und begleitet.

Neben internationalen Einflussdimensionen stecken aber oft auch Entwicklungspotenziale im internationalen Vergleich. Viele Gesellschaften jenseits Europas und der USA haben beispielsweise einen multiethnischen und/oder multireligiösen Erfahrungsvorsprung oder wichtiges Transformationswissen durch asynchrone Leapfrogging-Effekte (z.B. die Adaption digitaler Medien in Teilen Asiens), deren Verständnis auch manch lokaler Stagnation vorbeugen kann. Weder ist die technische Digitalisierung noch sind die Möglichkeiten digitaler Mobilität in Deutschland ausgeschöpft. Die Rückstände Deutschlands bei der Digitalisierung sind auch der Tatsache geschuldet, dass Best-Practice-Entwicklungen weltweit nicht einmal von der dafür zumindest teilweise zuständigen Fachwissenschaft zur Kenntnis genommen werden.

Vor dem Hintergrund der Relevanz globaler Werte, globalen Wissens und Global Governance erscheint die deutsche Kommunikationswissenschaft Nachholbedarf zu haben. Um aber über dieses Erfahrungs- und Expertenwissen hinaus eine fundierte Aussage über den Zustand der „tiefen Internationalisierung“ der deutschen Kommunikationswissenschaft machen zu können, stellen wir uns nachfolgend die Frage:

Wie kosmopolitisch ist die deutsche Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf ihre Personal- und Forschungsstrukturen sowie bei den angebotenen Lehrprogrammen?

Mittels eines systematischen und umfangreichen Mappings¹ sollen dabei ausgewählte Indikatoren der oben beschriebenen kosmopolitischen Wissen(schafts)kultur, deren strukturelle Einbettung sowie deren Sichtbarkeit in Forschung und Lehre nachgezeichnet werden. Besonders aussagekräftig erschienen uns hierbei die Inhalts- und Raumdimensionen des Forschungs- und Lehrouputs, wobei wir die Themenhaushalte, Gegenstandsbereiche und die Forschungsgeografie sowohl über die Erfassung von Forschungsprofilen als auch über die Lehrangebote und -programme abbilden. Im Bereich der strukturellen Rahmenbedingungen haben uns vor allem die Denominationen der Professuren an deutschen Hochschulstandorten, Stellenstrukturen auf Prädoc- und Postdoc-Ebene sowie die Einbindung nicht-deutscher Wissenschaftler:innen und Doktorand:innen interessiert.

¹ Wir danken Huyen My Nguyen (Freie Universität Berlin) für die Mitarbeit bei der Materialisierung, der Durchführung der Datenerhebung und der Erstellung und Formatierung des vorliegenden Papers sowie Paula Kolhep (Freie Universität Berlin) für die Mitarbeit bei der Datenanalyse.

Die nachfolgende Studie knüpft im nächsten Abschnitt an einige wenige Auseinandersetzungen um die Internationalisierung der deutschen Kommunikationswissenschaft an (Forschungsstand), vertieft im Anschluss das methodische Vorgehen und stellt schließlich die Befunde zur Personal- und Forschungsstruktur (Teil I) sowie zu den Studienprogrammen und -inhalten (Teil II) an deutschen Universitäten vor, aus denen wichtige Entwicklungsperspektiven für die „tiefe Internationalisierung“ der deutschen Kommunikationswissenschaft abgeleitet werden. Ein Exkurs geht zudem auf die Perspektiven an Hochschulen für angewandte Wissenschaften bzw. Fachhochschulen ein.

Forschungsstand

Nach unserem Kenntnisstand hat es eine systematische Befragung deutscher Professor:innen im Hinblick auf ihre Internationalisierung noch nie und eine Sichtung der Lehrprogramme zuletzt vor mehr als einer Dekade gegeben. Das ist wenig verwunderlich, nimmt doch die Debatte um eine „tiefe Internationalisierung“ erst in den vergangenen Jahren wieder Schwung auf.

Bis in die 2000er Jahre und über viele Jahrzehnte hinweg, so Koivisto und Thomas in ihrem Review der deutschen Kommunikationswissenschaft, verhielt sich die Disziplin „abgesondert“ und „selbst-genügsam“ (2007, S. 61). Eberwein und Pöttker stellten zudem in einer Analyse von rezensierten Fachbüchern im deutschen Fachjournal „Publizistik“ fest, dass man sich weitgehend auf deutsche Fachliteratur bezog, „von der fremdsprachigen kommunikationswissenschaftlichen Literatur außer derjenigen der USA zu schweigen“ (2006, S. 57). Koivisto und Thomas führten die mangelnde Internationalisierung auf „a lack of critical and systematic self-reflection“ zurück (2007, S. 63). In den 1990ern, so Fröhlich in einer Sichtung der Beiträge der „Publizistik“ von 1956-2004 wurde gar „so wenig ‚Internationales‘ wie nie zuvor veröffentlicht“ (2006, S. 287). In den 2000er Jahren gab es dann einige Versuche, international vergleichende Forschung in der deutschen Kommunikationswissenschaft stärker zu verankern, was auch von einigen Mitgliedern des Netzwerks „Kosmopolitische Kommunikationswissenschaft“ mitinitiiert wurde. Hafez bezeichnete die Komparatistik als „anspruchsvoll“ (2002b, S. 59), aber notwendig und skizzierte mit einigen Kollegen (u.a. Wilke, Kleinsteuber, Kunczik, in Hafez, 2002a) eine mögliche Forschungsagenda für Felder wie Journalismusforschung oder Medienpolitik. Hanitzsch und Altmeyden (2007) untersuchten, wie sich komparative Forschung in der deutschen Kommunikationswissenschaft über 60 Jahre entwickelt hat. Es wurde eine deutliche Zunahme komparativer Forschung ab den 1990ern diagnostiziert, die allerdings auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau verharrte.

Zudem machte sich ein gewisser Aufbruch hin zu internationaleren Perspektiven bemerkbar, der aber vor allem einherging mit einer wissenschafts- und hochschulpolitischen Forderung nach mehr Internationalisierung im Sinne internationaler Sichtbarkeit, beispielsweise durch den Wissenschaftsrat, der die fehlende internationale Wahrnehmung deutscher Forschung beklagte (Wissenschaftsrat, 2007). Die

Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) brachte 2004 einen „Wegweiser“ mit dem Titel „How to go international“ heraus, der diese eher strategischen Forderungen vorwegnahm und Wege für deren Umsetzung aufzeigte (Bilandzic et al., 2004). Fachtagungen, die sich auch in Englisch an ein nicht-deutsches Publikum richten sollten, verstärktes Publizieren in englischer Sprache und Präsenz auf internationalen Tagungen wie der ICA und IAMCR standen dabei im Mittelpunkt der Optionen. Dies scheint mittlerweile in der *scientific community* angekommen zu sein, jedenfalls ist die Präsenz deutscher Kommunikationswissenschaftler:innen auf internationalen Tagungen und in englisch-sprachigen Zeitschriften deutlich gestiegen (Gardner, 2018; Wasserman, 2020).

Eine wirkliche inhaltliche und die Forschungsperspektiven fokussierende Internationalisierung wird vor allem in den letzten Jahren und insbesondere außerhalb Deutschlands intensiv angemahnt und eine neuerliche Transformation des Fachs gefordert (Mutsvairo et al., 2021; Chakravartty et al., 2018). Dabei steht vor allem das Ungleichverhältnis zugunsten westlicher epistemischer Wissenschaftstraditionen im Fach in der Kritik (Albuquerque et al., 2021; Wang, 2011; Ekdale et al., 2022), auch die Karrierebarrieren und mangelnde Sichtbarkeit von Wissenschaftler:innen aus nicht-westlichen Regionen (Suzina, 2021; Freelon et al., 2023; Chakravartty et al., 2018; Calvente et al., 2020; Dutta, 2020) und strukturelle Einschränkungen bei der Diversifizierung akademischer Publikationen bzw. akademischen Outputs (Goyanes, 2019; Demeter und Goyanes, 2021).

Der Tenor in diesen Debatten reicht von Forderungen einer reformartigen Erneuerung bis hin zu Aufrufen zu einer radikalen Transformation der Machtverhältnisse im Fach, sei es auf struktureller oder kultureller Ebene der akademischen Wissenschaftsproduktion. Die postkoloniale Kritik fokussiert damit nicht nur auf die Erweiterung der Forschung in nicht-westliche Regionen, sondern auf einen Einbezug „südlicher“ theoretischer Perspektiven, die in anderen Kontexten jenseits westlicher Theorietradition entstanden sind (Shome, 2019; Willems, 2014).

In Deutschland haben die Autor:innen der vorliegenden Studie die aktuellen Debatten in einem Forums-Beitrag der Zeitschrift „Publizistik“ zusammengefasst (Badr et al., 2020), um auf die Relevanz einer „tiefen Internationalisierung“ der Kommunikationswissenschaft aufmerksam zu machen. Diese Initiative mündete in der Gründung des Netzwerks „Kosmopolitische Kommunikationswissenschaft“. Einer der selbst gestellten Arbeitsaufträge war dabei die Vermessung der deutschen Kommunikationswissenschaft. Wie und ob sich also eine inhaltliche Internationalisierung – also eine kosmopolitische Perspektivierung der Forschung – speziell in der deutschen Kommunikationswissenschaft entwickelt hat und auf welchem Stand wir heute sind, ist somit eine Forschungslücke, die es zu schließen gilt.

Was die Internationalisierung der Lehrprogramme angeht, so liegt eine Studie von Behmer und Wimmer von 2009 vor, an der sich auch unsere Analyse orientiert und die als Vergleichsstudie relevant ist. Die Autoren diagnostizierten damals, dass es „nur wenige (und zum Teil sehr kleine) dezidiert internationale Studiengänge“ gäbe (2009, S. 409) und eine Handvoll binationale deutsch-französische Studiengänge mit Journalismus- oder Medienbezug. Sie identifizierten „ganze fünf Professuren“ (2009, S. 409), die eine spezielle internationale oder interkulturelle Widmung in ihrer Denomination hatten. Sie stellten fest, dass international ausgerichtete Lehrveranstaltungen durchaus vorhanden waren, an den meisten Universitäten allerdings allenfalls zwei pro Institut und Semester und sowohl im BA als auch im MA (2009, S. 410). Es wurde ebenfalls klar, dass die Menge des Angebots mit der Größe des Instituts, aber auch mit entsprechend denominierten Professuren korrelierte (2009, S. 411). Englisch-sprachige Lehre war mehr als dürftig (2009, S. 413). Es lässt sich vorwegnehmen, dass unsere Erhebung zwar eine gewisse Verschiebung der wichtigen Standorte für internationalisierte Lehre zeigt, letztlich aber der Befund ähnlich ist: Es gibt zu wenige Angebote, sie sind zu erratisch und nicht nachhaltig in den Programmen verankert.

Methodisches Vorgehen

Erhebung der Personal- und Forschungsstrukturen in der deutschen Kommunikationswissenschaft

Zur Ermittlung der für die Untersuchung relevanten Institute und ihrer Professuren wurde die Datenbank der DGpuK zu Rate gezogen. Diese listet „akademische Einrichtungen im deutschsprachigen Raum, die journalistische, kommunikations- oder medienwissenschaftliche Studiengänge anbieten und an denen die Mitglieder der DGpuK beschäftigt sind“ (DGpuK-Website, n.d.).² Wir fokussieren im Folgenden ausschließlich auf Universitäten; zu Hochschulen für angewandte Wissenschaften bzw. Fachhochschulen gibt es aufgrund der schwer vergleichbaren Strukturen und Lehrprogramme einen eigenen Exkurs am Ende der Studie. Unsere Liste umfasste demnach 42 Universitäten. Wir recherchierten die im Herbst 2021 an diesen Einrichtungen beschäftigten Professor:innen inklusive Junior-, außerplanmäßigen (apl.) und Seniorprofessor:innen, die im Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft angesiedelt waren. Ausgeschlossen wurden Vertretungsprofessor:innen. Daraus ergab sich eine Grundgesamtheit von 221 Professor:innen, deren Denominationen wir jeweils notierten. Im Herbst 2021 wurden diese Personen per

² Anders als in vielen anderen Ländern gibt es in Deutschland eine teils starke Trennung zwischen Kommunikationswissenschaft und Medienwissenschaft. Während an einigen Standorten diese Trennung auch durch zwei Institute manifestiert wird, gibt es an etlichen Standorten Mischformen (zumindest in der Denomination als „Kommunikations- und Medienwissenschaft“). An wieder anderen Standorten gibt es Institute und Studiengänge namens „Medienwissenschaft“, die aber auch kommunikationswissenschaftliche Professuren beinhalten oder Elemente in Studiengängen anbieten. Eine dezidierte Zuordnung von außen war für uns nicht per se machbar und so haben wir zunächst alle Professuren und Studiengänge gelistet. Im weiteren Verlauf der Untersuchung machen wir aber jeweils deutlich, wo wir Ausschlüsse vorgenommen haben.

E-Mail in drei Wellen von uns angeschrieben und gebeten, einen Fragebogen zu ihren internationalen Forschungsaktivitäten sowie den von ihnen verantworteten Personalstrukturen auszufüllen. Der Fragebogen wurde von 57 Professor:innen vollständig ausgefüllt. Angesichts des nicht-anonymisierten Verfahrens war die Rücklaufquote von rund 26% zufriedenstellend. Hieraus ließen sich umfassende Befunde zu Forschungsinteressen und -aktivitäten sowie zu Personalstrukturen und in Ansätzen auch zur Diffusion internationaler Aktivitäten in die Lehre rekonstruieren.

Wir wollten aber ein umfassenderes Bild zumindest der kosmopolitisch ausgerichteten Forschungsaktivitäten in der deutschen Kommunikationswissenschaft erhalten und haben uns deshalb entschlossen, zusätzlich von denjenigen, die den Fragebogen *nicht* ausgefüllt hatten, die Publikationslisten auf in unserem Sinne kosmopolitische Veröffentlichungen hin zu untersuchen (die bspw. vergleichende, transkulturelle oder internationale Fragestellungen enthielten). Dazu wurden auf den Websites der jeweiligen Professor:innen die Publikationslisten aufgerufen und die Titel derjenigen Publikationen (Buch, Zeitschriftenaufsatz oder Buchbeitrag) gesichert, die zwischen 2016 und 2021 veröffentlicht wurden. Da allerdings in der Grundgesamtheit etliche Professuren gelistet waren, die eher medienwissenschaftliche Studienangebote machen und entsprechende Denominationen innehaben, wurden vor der Erhebung der Publikationslisten zehn Universitäten und damit 62 Professuren von der weiteren Erhebung ausgeschlossen.³ Drei weitere Professuren konnten wegen fehlender (aktueller) Informationen auf ihren Websites ebenfalls nicht mit einbezogen werden. Insgesamt wurden von 99 Professor:innen die Publikationslisten untersucht. Zusammen mit den 57 ausgefüllten Fragebögen kann so ein recht umfassendes Bild der kosmopolitischen Forschungsaktivitäten in der deutschen Kommunikationswissenschaft gezeichnet werden.

Es ist davon auszugehen, dass vor allem die Personen den Fragebogen ausgefüllt haben, die einer Internationalisierung der Kommunikationswissenschaft positiv gegenüberstehen und dies zumeist auch durch eigene Forschungsaktivitäten belegen können und/oder eine entsprechende Personalpolitik betreiben – soweit das in ihrer Macht steht. Der Fragebogen enthielt Fragen zur internationalen bzw. transkulturellen Selbstverortung im Hinblick auf das Interesse an entsprechenden Themen, Umfang der Forschung und zeitliche Persistenz des Interesses an solchen Themen. Es wurde auch danach gefragt, ob diese Forschungsinteressen in die Lehre diffundieren. Der umfangreichste Block beinhaltete Fragen zu den geografischen Bezügen

³ In der Befragungsphase hat es mehrere freundliche Rückmeldungen von medienwissenschaftlich ausgerichteten Professor:innen gegeben, die den Fragebogen begonnen oder ausgefüllt hatten, sich aber in den kommunikationswissenschaftlichen Klassifikationen nicht aufgehoben fühlten. Auch dies war ein Grund, die Universitätsprofessuren an diesen vorrangig medienwissenschaftlich ausgerichteten Institutionen nicht weiter mit einzubeziehen, wenngleich es auch an diesen Standorten vereinzelt Professuren gibt, die eher der Kommunikationswissenschaft zuzurechnen sind. Vier dieser Personen haben auch den Fragebogen vollständig ausgefüllt und wurden so miterfasst. Ausgeschlossen von der Erhebung der Publikationslisten wurden die nicht per Fragebogen erfassten Professuren der Filmuniversität Babelsberg, der UdK Berlin, der RU Bochum, der Universität Duisburg-Essen, der Viadrina Frankfurt/Oder, der Universität Köln, der Leuphana-Universität Lüneburg, der Phillips-Universität Marburg, der Universität Siegen und der Bauhaus-Universität Weimar.

und den Feldern der Kommunikationswissenschaft (bspw. Journalismusforschung, Soziologie der Kommunikation, politische Kommunikation etc.), in denen die eigene kosmopolitische Forschung stattfindet. Konkret sollten Forschungsprojekte der letzten fünf Jahre (2016-2021) aufgelistet werden. Dies konnten große Drittmittelprojekte sein genauso wie ein individuelles Buchprojekt. Es konnten pro Professur bis zu zehn verschiedene Projekte benannt werden. Abgefragt wurden dann Raum- und Themenbezüge dieser Projekte. Im letzten Teil wurde noch nach der Anzahl der im eigenen Verantwortungsbereich angestellten Prä- und Postdocs gefragt und ob sich diese mit internationalen Themen beschäftigen. Auch für diese Personen sollten Raum- und Themenbezüge angegeben werden. Schließlich wurde noch die Anzahl der Doktorand:innen erhoben, die sich mit kosmopolitischen Fragestellungen befassen und/oder zu nicht-deutschen Regionen arbeiten. Bei den Angaben zu Personal und Struktur wurde ebenfalls erhoben, wie viele davon als „Ausländer:innen“ gelten, also keinen deutschen Pass haben.

Die Analyse der Publikationslisten der verbleibenden 99 Professor:innen konnte natürlich keine Befunde zu Personal- und Nachwuchsstrukturen an deutschen kommunikationswissenschaftlichen Instituten im Hinblick auf deren Internationalität und auch keine Aussagen zu aktuell laufenden Forschungsprojekten erbringen. Hier war unser Ansatz, dass Forschung sich letztlich in Publikationen niederschlagen muss, um sichtbar zu werden. Wir haben also analog zu den im Fragebogen gestellten Fragen nach den Forschungsaktivitäten der letzten fünf Jahre (2016-2021) die Publikationen der verbleibenden 99 Professor:innen für denselben Zeitraum erfasst und anhand der Titel geschaut, ob überhaupt internationale, transkulturelle, globale oder vergleichende Ansätze genutzt werden. Wenn ja, wurde für bis zu drei Publikationen analog zum Fragebogen das jeweilige kommunikationswissenschaftliche Feld kodiert sowie – wenn vorhanden – eine bestimmte Region oder Länder, mit der diese Forschung verknüpft war. Die Auswertung erfolgt durch deskriptive Statistiken, Korrelationen und teilweise Chi-Quadrat-Tests zwischen einzelnen Gruppen.

Erhebung der Studienprogramme

Die Erhebung zu den Studienprogrammen setzte auf drei Ebenen an: 1) der Studiengangsebene, 2) der Modulebene und 3) der Lehrveranstaltungsebene.

Auf der ersten Ebene wurden alle Studiengänge kodiert, die explizit die Wörter „global, international, transnational, transkulturell, interkulturell, vergleichend“ in ihrer deutschen oder englischen Version im Titel bzw. in ihrer Kurz-Beschreibung tragen oder auch, wenn eine bestimmte Region oder ein Land explizit genannt wurde. Wir haben dies sowohl auf Bachelor- als auch auf Master-Level erhoben. Ziel war es, einen Eindruck davon zu gewinnen, ob es Studiengänge mit einem tatsächlichen inhaltlichen Fokus auf internationale und transkulturelle Zusammenhänge in der Kommunikationswissenschaft in Deutschland gibt. Studiengänge, die zwar in englischer Sprache angeboten werden, aber dieses inhaltliche Profil nicht expliziert

haben, wurden dagegen nicht kodiert, da in unserer Studie Internationalisierung nicht per se als Anglisierung verstanden wird.

Für die Erhebung auf Modulebene wurden neben diesen (wenigen) Studiengängen alle an der jeweiligen Universität im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Bachelor- und Master-Ausbildung angebotenen Studiengänge mit einbezogen (eine Übersicht findet sich im Anhang). Hier wurden die jeweiligen Studien- und Prüfungsordnungen inklusive der Modulbeschreibungen herangezogen und nach den Schlagworten „international, global, transnational, transkulturell, interkulturell, komparativ, vergleichend, Mediensystem, Kommunikationskultur“ durchsucht bzw. wenn Länder- oder Regionenbezüge im Titel standen, die entsprechenden Modulbeschreibungen bei Fundstellen gelesen und bei Passfähigkeit kodiert.

Schließlich haben wir in den Vorlesungsverzeichnissen aller recherchierten kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge für ein akademisches Jahr, nämlich das Sommersemester 2021 und das Wintersemester 2021/22, nach Lehrveranstaltungen gesucht, die im Titel oder im Volltext folgende Bezeichnungen enthielten: „international, global, transnational, transkulturell, interkulturell, komparativ, vergleichend, Mediensystem, Kommunikationskultur“ bzw. in deren Titeln Länder- oder Regionenbezüge genannt wurden. Diese wurden dann einer genaueren Untersuchung unterzogen und bei Passfähigkeit kodiert. Die meisten Vorlesungsverzeichnisse waren gut zugänglich und durchsuchbar, wengleich an einigen Standorten wenig aussagefähige generische Titel wie „Politische Kommunikation“ angegeben wurden und stellenweise Inhaltsangaben fehlten.

Wenn ein Studiengang, ein Modul oder eine Lehrveranstaltung die Kriterien erfüllte und aufgelistet wurde, wurden folgende weitere Kategorien analog unseres Verständnisses einer „tiefen Internationalisierung“ kodiert: 1) Welches spezifische Themenfeld der Kommunikationswissenschaft wird adressiert? 2) Gibt es einen Fokus auf eine spezielle geografische Region oder ein Land und wenn ja, welche(s)? Für Kategorie 1 wurden vorab analog zur Erhebung mittels Fragebogen mögliche Ausprägungen festgelegt, beispielsweise Journalismusforschung oder politische Kommunikation, um so dominante Felder der Kommunikationswissenschaft herausarbeiten zu können, die in der Lehre mit internationalen/-kulturellen Ansätzen verknüpft werden. Im Falle von Mehrfachoptionen wurde die im Lehrveranstaltungs-text stärker hervorstechende Option gewählt.

Abschließend wurden auf Lehrveranstaltungsebene auch noch alle Lehrveranstaltungen gezählt, die im erhobenen akademischen Jahr 2021/22 in englischer Sprache stattfanden, ohne zwingend einen inhaltlichen Bezug zu kosmopolitischer Kommunikationswissenschaft enthalten zu müssen. Hier wollten wir wissen, wie stark Englisch als „lingua franca“ in der deutschen Kommunikationswissenschaft präsent ist, mit der ja gerade auch nicht-deutsche Personen angezogen werden und die Lehre multiperspektivisch bereichern können.

Die Erhebung umfasst 40 der 42 Universitäten im Sample.⁴ An jeder dieser Einrichtungen wurde mindestens ein einschlägiges Bachelor- oder Master-Programm mit kommunikationswissenschaftlichem Bezug angeboten. Die einzelnen Universitäten bieten in unterschiedlichem Maße ausdifferenzierte Bachelor- und Master-Programme an. Wir haben insgesamt 42 Bachelor-Programme und 62 Master-Programme untersucht. Einige der Angebote waren stärker medienwissenschaftlich ausgerichtet (bspw. in Bezug auf Film, Sprache und Literatur). Wir haben aber auch diese mit in die Analyse aufgenommen, wenn sie zumindest dezidiert kommunikationswissenschaftliche Bausteine beinhalteten.

Teil 1: Befunde zu Personal- und Forschungsstrukturen

Herkunft und akademische Ausbildung

57 Professor:innen an deutschen Universitäten haben den Fragebogen vollständig ausgefüllt. Die Herkunft und fortgeschrittene akademische Ausbildung der befragten Professor:innen ist sehr homogen: 52 sind in Deutschland geboren, der Rest stammt aus Österreich, der Schweiz oder dem Vereinigten Königreich. Eine Person kommt ursprünglich aus Rumänien. 51 Personen haben in Deutschland promoviert, die anderen sechs Personen promovierten überwiegend in der Schweiz, aber je einmal auch in den Niederlanden und dem Vereinigten Königreich. Die akademische Sozialisation fast aller Befragten fand also im deutschen bzw. in einem westeuropäischen Hochschulsystem statt. Ein quasi „natürlicher“ Einbezug internationaler Perspektiven durch die strukturelle Inklusion ausländischer Professor:innen – auch aus dem Globalen Süden – findet mithin bisher nicht statt.

Denominationen

Insgesamt gibt es in ganz Deutschland von 221 identifizierten Kommunikationswissenschafts-Professuren nur vier, deren Denomination Begriffe wie „international“ (3, in Berlin, Dortmund, Leipzig) oder „vergleichend“ (1, in Erfurt) enthalten. Weitere drei tragen einen Regionalfokus in der Denomination, konkret Europa (in Weimar), Osteuropa (in Passau) und Israel (in Mainz) – wobei die beiden Professuren in Passau und Mainz ad-personam-Stellen für einen begrenzten Zeitraum darstellen. Die Denomination einer weiteren Professur verweist auf das kosmopolitische Feld der Migrationsforschung (Eichstätt). Zwar tragen weitere acht Professuren den Begriff „Medienkultur“ in der Denomination, die meisten davon sind aber stärker medienwissenschaftlich zu verorten bzw. der Begriff der Medienkultur ist dabei recht abstrakt ausgelegt und nicht zwingend mit kosmopolitischen Ansätzen verbunden. Letztlich sind also allenfalls acht von 221 Professuren in der deutschen

⁴ An der Friedrich-Alexander-Universität (FAU) Erlangen-Nürnberg und der Leuphana-Universität Lüneburg konnten keine eigenständigen Studiengänge mit kommunikationswissenschaftlichen Inhalten identifiziert werden. Auf der Ebene der Lehrveranstaltungen konnten die Studiengänge an der Universität der Künste (UdK) Berlin sowie der Universität Köln aufgrund des Fehlens von Inhaltsangaben leider nicht kodiert werden. Siehe auch Anhang II.

Kommunikationswissenschaft qua Denomination direkt mit dem Auftrag verbunden, internationale und kosmopolitische Perspektiven in ihre Forschung und Lehre einzubinden – das sind lediglich 3,6%! Im Vergleich dazu trugen 2021 insgesamt 27 Professuren das Wort „digital“ in ihrer Denomination – Tendenz steigend. Die Auswertung zeigt mithin eine äußerst geringe strukturelle Institutionalisierung kosmopolitischer Perspektiven. Von einer „tiefen Internationalisierung“ kann hier also keine Rede sein. Wie sich zeigen wird, hat dies auch Auswirkungen auf die inhaltliche Ausgestaltung der Studiengänge, den Einbezug von Promovierenden und Post-docs und auf die Beschäftigung mit nicht-westlichen Regionen.

Kosmopolitische Forschung und ihre Verteilung in Deutschland

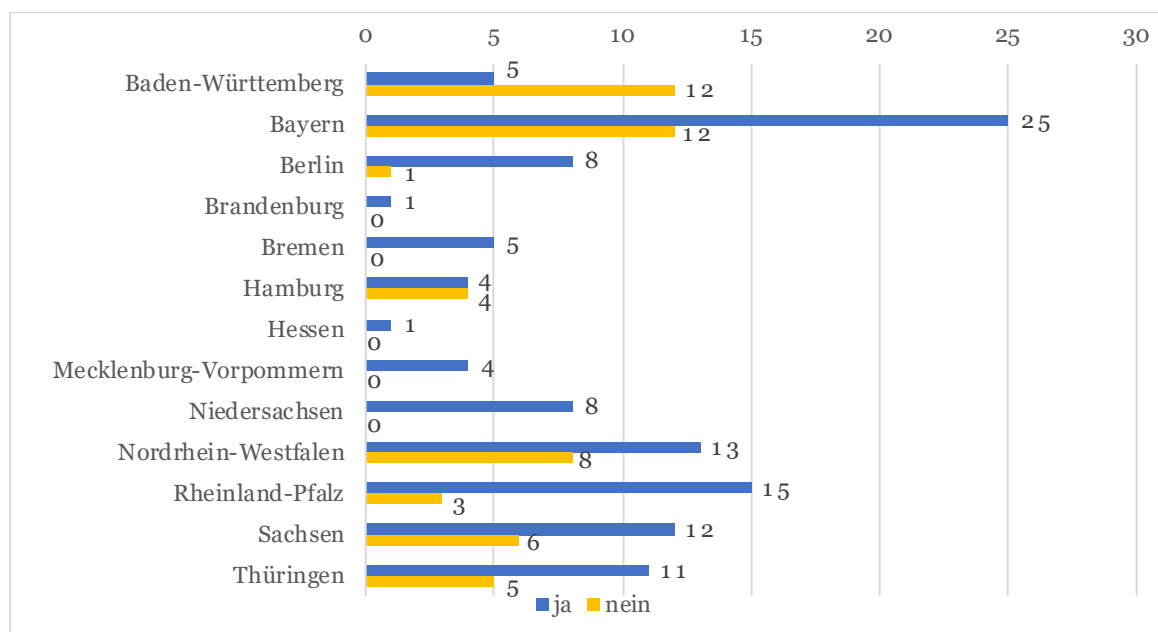
Diese geringe Institutionalisierung kosmopolitischer Forschung steht in starkem Widerspruch zur häufigen Forderung nach Internationalisierung der Wissenschaft. Möglicherweise wird aber trotz dieser fehlenden Institutionalisierung kosmopolitische Forschung in der deutschen Kommunikationswissenschaft gelebt. Wir fragten deshalb explizit auch, ob sich die Professor:innen unabhängig von ihrer Denomination grundsätzlich eine kosmopolitische Perspektivierung oder internationale Ausrichtung attestieren würden. Nur zwei verneinten diese Ausrichtung, was dafür spricht, dass das hier befragte Sample denjenigen unter den deutschen Professor:innen entspricht, die in ihrer Attitüde und ihrem Portfolio am ehesten international arbeiten. Wertet man also das Ausfüllen des Fragebogens als Bekenntnis zu kosmopolitischer Forschung, so lässt sich konstatieren, dass 25% der deutschen KW-Professor:innen diese Forschung als konstitutiv für ihre Arbeit werten.

Vom Teilsample der 99 Professor:innen, deren Publikationslisten wir erhoben haben, konnte quasi der Hälfte (50 Personen) eine internationale Aktivität attestiert werden (wenn zumindest eine Publikation mit entsprechendem Ansatz vorlag), 49 Personen betraf dies allerdings nicht. Rechnet man jetzt die Professor:innen, die den Fragebogen beantwortet haben mit denen zusammen, deren Publikationslisten wir untersucht haben, so ergibt sich, dass immerhin 62% aller deutschen Kommunikationswissenschafts-Professuren sich zumindest gelegentlich mit internationalen Themen beschäftigen. Dabei ist aber offensichtlich die Schwankungsbreite zwischen einem genuinen Interesse an entsprechenden Perspektiven und einem sporadischen Ausflug in ein vergleichendes Setting sehr groß. Es lässt sich mithin nicht von einer Breitenbewegung in Richtung einer „tiefen Internationalisierung“ in der deutschen Kommunikationswissenschaft sprechen.

Wir haben nun diese Professuren nach Bundesländern aufgeteilt (Abbildung 1). Deutlich wird, dass vor allem in Bayern, Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Sachsen und Thüringen, aber auch in den kleinen Bundesländern Berlin und Bremen die deutliche Mehrheit der Professor:innen zumindest sporadisch kosmopolitische Themen bearbeitet. Dies korreliert unmittelbar mit den oben genannten acht dezidiert kosmopolitischen Denominationen, von denen sich je zwei in Bayern und Thüringen und je eine in Sachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und

Berlin befinden. Kausalzusammenhänge lassen sich hier nicht herstellen, aber es ist zu vermuten, dass entsprechende Kontakte und Motivationen auch inspirierend für andere Personen in den jeweiligen Instituten sein können und sich entsprechende gemeinsame Forschungsaktivitäten ergeben. Auch in Brandenburg, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen gibt es vereinzelt Professuren, die sich zu einer kosmopolitischen Kommunikationswissenschaft bekennen. In Baden-Württemberg gibt es zwar große Standorte der Kommunikationswissenschaft, aber keine spezifischen Denominationen und weder in Forschung noch Lehre Flaggschiffe im internationalen Bereich. Für die Entfaltung einer kosmopolitischen Kommunikationswissenschaft braucht es also offenbar ein entsprechendes Umfeld, das häufig durch eine dezidierte Professur auf diesem Gebiet geprägt und inspiriert wird. Für kleinere Standorte könnte die Ausweisung einer entsprechenden Professur also auch ein wichtiges Strukturmerkmal sein.

Abbildung 1: Kosmopolitische Forschungsaktivitäten der Professor:innen nach Bundesländern (n=156, absolute Zahlen)



Es zeigte sich außerdem statistisch signifikant, dass kosmopolitische Forschung eine Langzeit-Motivation ist. Wir fragten, wer in den letzten fünf Jahren (2016-2021) Forschungsprojekte mit internationaler oder transkultureller Ausrichtung betrieben hat und wer dies auch bereits vor 2016 getan hat. Für 68% besteht eine Kontinuität in der Durchführung solcher Projekte. Elf Prozent dagegen führen aktuell und haben früher keine durchgeführt (Tabelle 1). Dies ermöglicht zwei Schlussfolgerungen: für eine kosmopolitische Ausrichtung braucht es einerseits einen gewissen längeren Atem; wenn man andererseits aber einmal diese Ansätze für sich erschlossen hat, so bleibt man auch dabei und erreicht eine wirklich „tiefe Internationalisierung“.

Tabelle 1: Langfristige kosmopolitische Forschungsaktivitäten (n=57, absolute Zahlen)

Aktuelle kosmopolitische Forschungsprojekte	Kosmopolitische Forschungsprojekte vor 2016		Gesamt
	ja	nein	
ja	39	8	47
nein	4	6	10
Gesamt	43	14	57

$$x^2 = 8,22 > 3,84$$

$$p\text{-Wert} = 0.0042 < 0.05$$

Stoßrichtung und Themen der kosmopolitischen Forschung

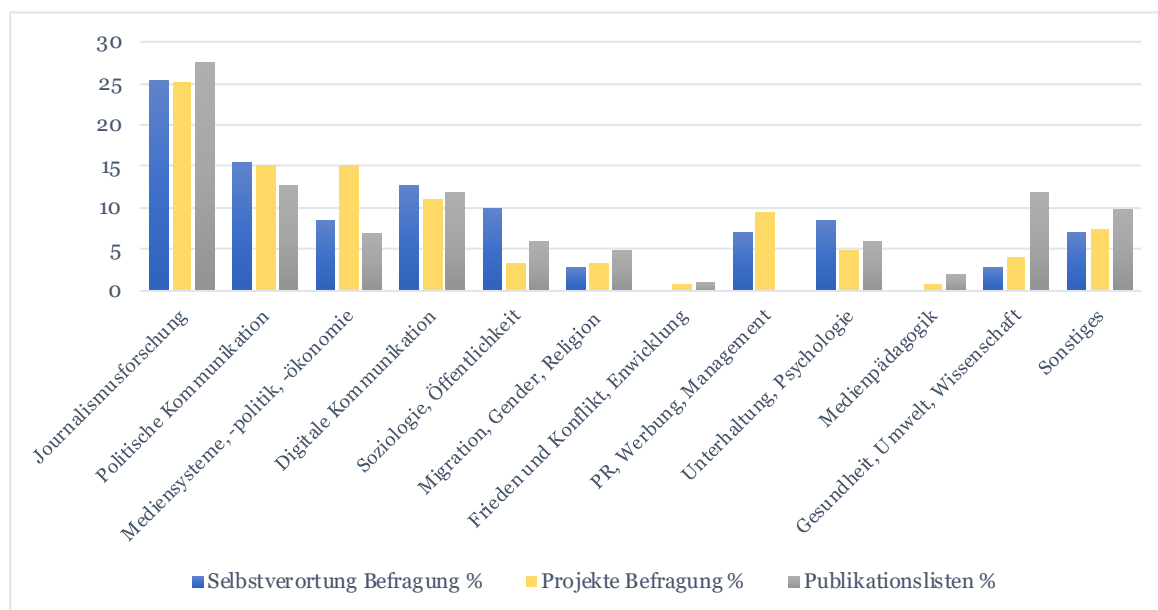
Wir fragten auch nach der Stoßrichtung der kosmopolitischen Interessen und gaben dabei fünf Optionen vor, wobei wir uns hier grob an vorliegenden Systematisierungen der Varianten internationaler Forschung orientiert haben (z. B. Hafez 2002a): 1=Länder- oder Regionalschwerpunkt, 2=international vergleichende Forschung, 3=transnationale Forschung, 4=transkulturelle Forschung in Deutschland oder 5=vergleichende interkulturelle Forschung (Tabelle 2). Überwiegend wird international vergleichend gearbeitet (71%) oder/und mit einem Fokus auf grenzüberschreitende transnationale Phänomene (64%). Über 30% interessieren sich auch für transkulturelle Themen in Deutschland, beispielsweise Fragen von Migration und Medien. Weitere 18% befassen sich mit interkulturell vergleichenden Fragen. Über die befragten Professor:innen hinweg zeigt sich also ein recht breiter Querschnitt an Interessen, wobei der vergleichende Ansatz dominiert. Deutlich wird aber auch, dass sich weniger als ein Drittel (29%) eine gewisse Regionalexpertise attestieren – die, wie sich zeigen wird, dann auch vor allem in Europa liegt.

Tabelle 2: Stoßrichtung der kosmopolitischen Forschungsinteressen (n=55 Professor:innen, Mehrfachnennungen möglich)

Forschungsinteressen	Nennungen (Mehrfachoption)	In % bei 55 Professuren mit kosmopolitischem Interesse
Regionalschwerpunkt	16	29,1%
International vergleichend	39	71,0%
Transnational	35	63,6%
Transkulturell in Deutschland	17	30,9%
Interkulturell vergleichend	10	18,2%

Wir fragten auch, in welchem Themenfeld der Kommunikationswissenschaft die Professor:innen ihre kosmopolitisch ausgerichtete Arbeit am ehesten verorten würden. Hierbei war nur eine Nennung möglich, es sollte also das dominante Feld angegeben werden. Ein Viertel verortet sich demnach im Themenfeld der Journalismusforschung (Abbildung 2, blaue Säulen), weitere Cluster finden sich zu Fragen politischer Kommunikation (15%), digitaler Kommunikation (13%) oder in der soziologischen Öffentlichkeitsforschung (10%). Mediensysteme und strukturelle Aspekte stehen für acht Prozent der Befragten im Vordergrund. Unterhaltungskommunikation betreiben acht Prozent mit internationaler Ausrichtung, sieben Prozent sind eher im Bereich der PR- und Werbeforschung zu finden. Nur drei Prozent ordnen sich primär der transkulturellen Forschung zu Migration und Diversität zu. Weitere drei Prozent beschäftigen sich mit Fragen der Gesundheits- oder Wissenschaftskommunikation. Sieben Prozent bearbeiten sonstige Felder.

Abbildung 2: Themenfelder kosmopolitischer Verortung im Vergleich professoraler Selbstverortung, der durchgeführten Forschungsprojekte und der Publikationslisten (in %)



Vergleicht man die obigen Aussagen zur Selbstverortung mit den Themenfeldern, in denen die tatsächlichen kosmopolitischen Forschungsprojekte der Befragten angesiedelt sind, so lassen sich weitgehende Deckungsgleichheiten feststellen: die übergeordneten thematischen Interessen werden zumeist auch in entsprechende Forschungsprojekte überführt (Abbildung 2, gelbe Säulen). Auffällig ist aber, dass deutlich mehr Projekte im Bereich von Mediensystemforschung angesiedelt sind, als dass ein übergeordnetes Interesse daran artikuliert wurde (15% vs. 8%). Umgekehrt finden im Abgleich zur Selbstverortung deutlich weniger internationale Projekte im Bereich von soziologischer Kommunikations- und Öffentlichkeitsforschung statt (3% vs. 10%). Dies kann darauf hindeuten, dass die Durchführung von Projekten mit Öffentlichkeitsbezug wie Befragungen oder Publikumsforschung in einem internationalen Zusammenhang schwieriger ist als Forschung zu Strukturen und systemischen Fragen.

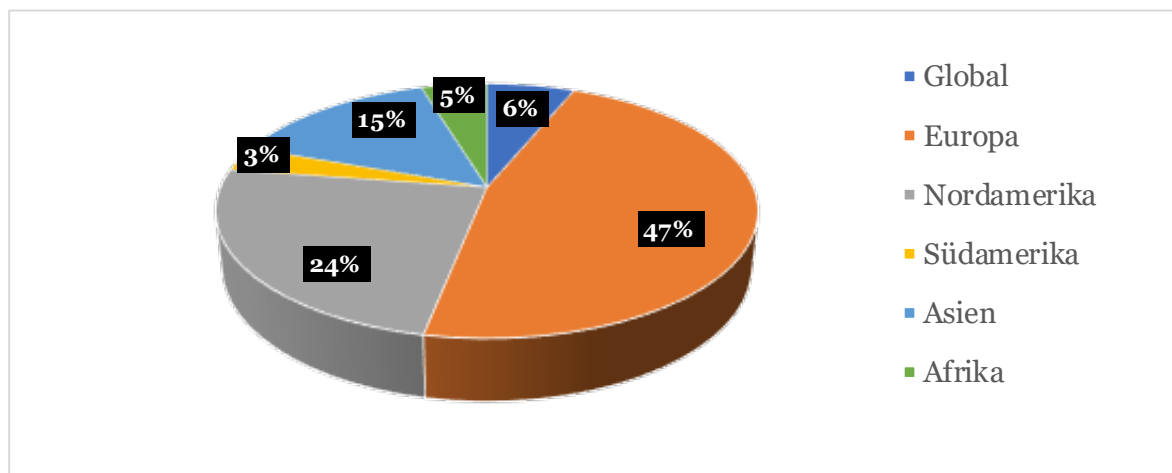
Gleicht man nun noch ab, in welchen Themenfeldern sich die Forschungsprojekte derjenigen bewegen, die über die Publikationslisten erhoben wurden (Abbildung 2, graue Säulen), so zeigt sich, dass noch mehr Forschung im Bereich Journalismus vorgenommen wurde (23% in der Befragung vs. 28% in den Publikationslisten) – ohnehin schon das dominierende Feld, in dem in Deutschland internationale Forschung angelegt wird. Interessant ist, dass deutlich weniger in Mediensystemforschung (nur 7%) und PR- und Werbeforschung (0%) investiert wurde. Dafür ist das Feld der Gesundheitskommunikation deutlich stärker vertreten (12%). Dieses Feld ist in der Kommunikationswissenschaft in den letzten Jahren generell bedeutender geworden und offensichtlich ergeben sich da auch Möglichkeiten internationaler Kooperationen, die gerade von denen genutzt werden, die sich (bisher) nicht als dezidiert kosmopolitisch ausgerichtete Forscher:innen verstanden haben.

Wenn kosmopolitische Forschung in Deutschland betrieben wird, dann ist diese also vorwiegend im Bereich der Journalismusforschung angesiedelt, der politischen Kommunikation und dem Mediensystemvergleich. Soziologische Forschung, die Themenfelder Migration oder auch Friedens- und Konfliktforschung werden nur marginal bearbeitet. Ein neues Themenfeld für bisher nicht im Feld der internationalen Kommunikation aktiven Professor:innen ist dagegen Gesundheitskommunikation. Nichtsdestotrotz zeigt sich ein relativ eingeschränkter Kanon an Themen, mit denen internationale Kommunikationsforschung in Deutschland betrieben wird.

Raumbezüge

Wir fragten, in welchen geografischen Räumen bzw. einzelnen Ländern eigene Forschungserfahrung seitens der Professor:innen vorliegt. Dabei konnten bis zu drei Regionen oder Länder benannt werden. Fast die Hälfte der ausländischen Forschungserfahrung (47%) wurde dabei in Europa gemacht (Abbildung 3). Davon beziehen sich 43% auf West-, Nord- und Mitteleuropa, also den klassischen „Westen“, insgesamt nur knapp vier Prozent auf Süd- und Osteuropa inklusive Russland. Nordamerika mit einer klaren Fokussierung auf die USA macht weitere 24% der internationalen Forschungserfahrung deutscher Professor:innen der Kommunikationswissenschaft aus. In Lateinamerika können nur drei Prozent eigene Forschungserfahrung vorweisen mit vereinzelter Nennung von Mexiko und Brasilien. In Asien waren 15% der Professor:innen aktiv, wobei hier Westasien – also der arabische „Nahe Osten“, die Türkei und Israel vier Prozent ausmachen und der „Rest“ Asiens inklusive China, Indonesien und Korea auf elf Prozent kommen. Insgesamt werden auf dem riesigen Kontinent nur einige wenige Länder benannt, Indien und andere Länder Südasiens beispielsweise überhaupt nicht. In Afrika haben knapp fünf Prozent bereits geforscht, wobei sich diese Forschung vorrangig auf das arabische Nordafrika (Ägypten) fokussiert und der Rest auf einige wenige der vielen Länder in Subsahara-Afrika verteilt. Sechs Prozent verstanden ihre Forschungsaktivitäten als „global“ und konnten diese nicht einzelnen Regionen oder Ländern zuordnen.

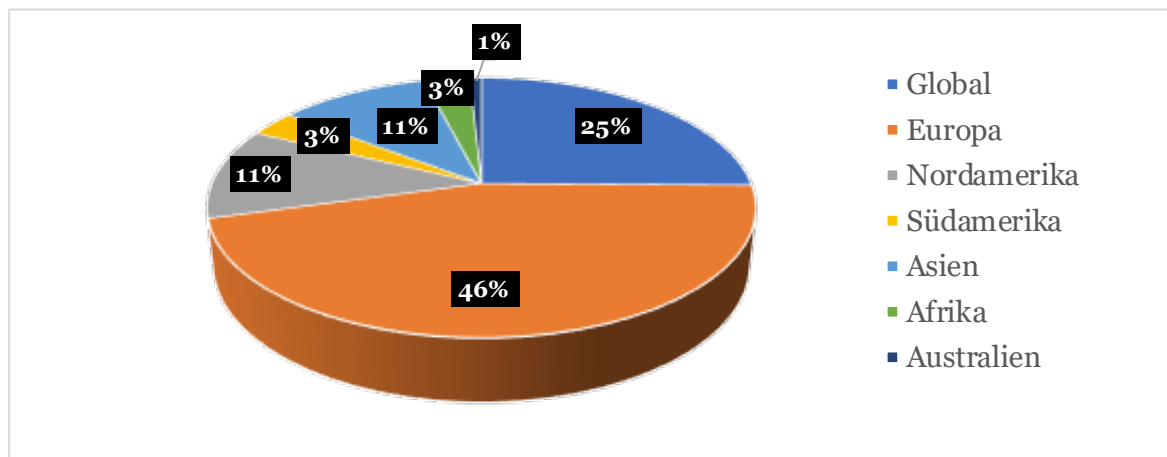
Abbildung 3: Regionen eigener Forschungserfahrung der befragten Professor:innen (n=57, bis zu drei Nennungen, in %)



Die eigene Forschungserfahrung der deutschen Professor:innen – und gerade derjenigen, die sich als international verstehen – ist also weitgehend auf (West-)Europa und Nordamerika beschränkt. Der „Rest“ der Welt wird dagegen nur sporadisch erforscht. Viele blinde Flecken sind in allen Regionen jenseits Europas und der USA auszumachen. Eigene Forschungsaktivitäten beschränken sich dann zumeist auf einige geografisch große und politisch relevante Länder wie Brasilien, China oder Ägypten. Diese deutliche Unausgewogenheit wiederholt sich aber selbst in Europa. Gerade die östlichen Nachbarländer wie Polen oder Tschechien werden offensichtlich gar nicht von der Kommunikationsforschung beachtet.

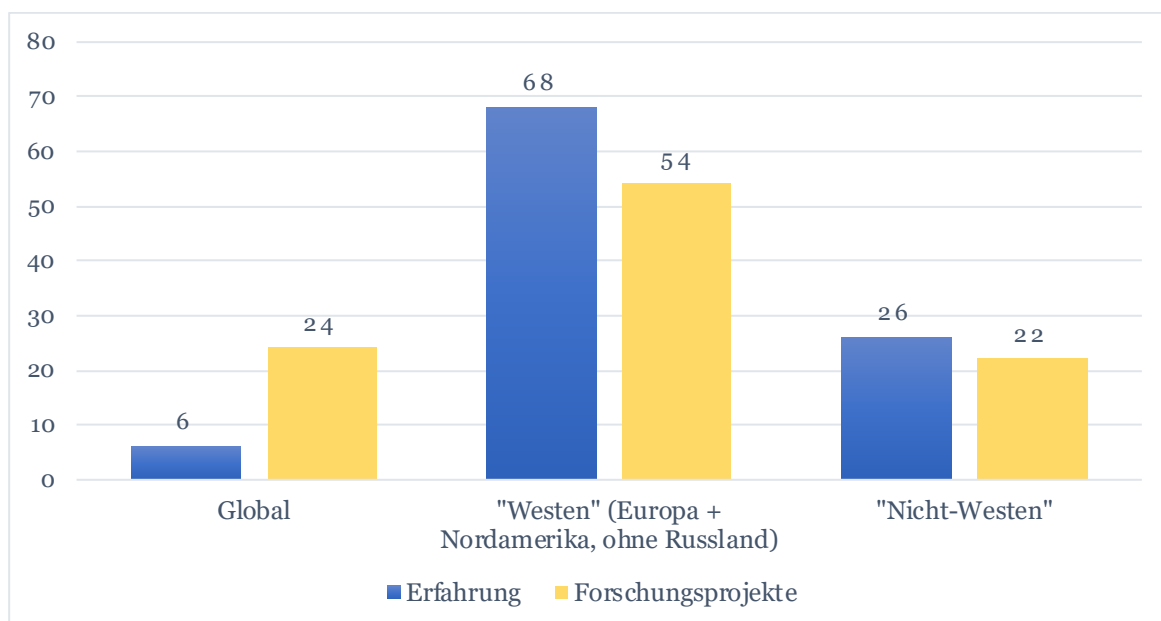
Eigene Forschungserfahrung in anderen Ländern zu machen, mag aufgrund fehlender Sprach- und Lokalkenntnisse schwierig zu realisieren sein – entsprechend zeigte auch die Abfrage der eigenen Forschungserfahrung eine starke Dominanz von Europa und Nordamerika. Nichtsdestotrotz bieten sich ja durch Kollaborationen Möglichkeiten vergleichender Forschung, die die Raumbezüge entsprechend erweitern, ohne dass man selbst die entsprechende Forschung durchführen muss. Wir haben deshalb auch nach den Raumbezügen in den durchgeführten Forschungsprojekten der letzten fünf Jahre gefragt (Abbildung 4). Die Anteile der geografischen Fokusregionen verschieben sich dabei allerdings nur geringfügig. Weiterhin dominiert der Fokus auf Europa und dabei auf „West“-Europa (42 der 46%). Zu Nordamerika wird in elf Prozent der Projekte gearbeitet, auch hier fast ausschließlich zu den USA. Auffällig ist, dass sich der Anteil der „globalen“ Ausrichtung im Vergleich zur eigenen Forschungserfahrung auf 25% vervierfacht hat. Offensichtlich sind viele der betriebenen Projekte vergleichend oder transkulturell ausgerichtet oder haben so viele Partnerländer im Portfolio, dass es nicht spezifiziert werden kann.

Abbildung 4: Regionalbezüge der Forschungsprojekte der befragten Professor:innen (n=57, bis zu zehn Nennungen, in %)



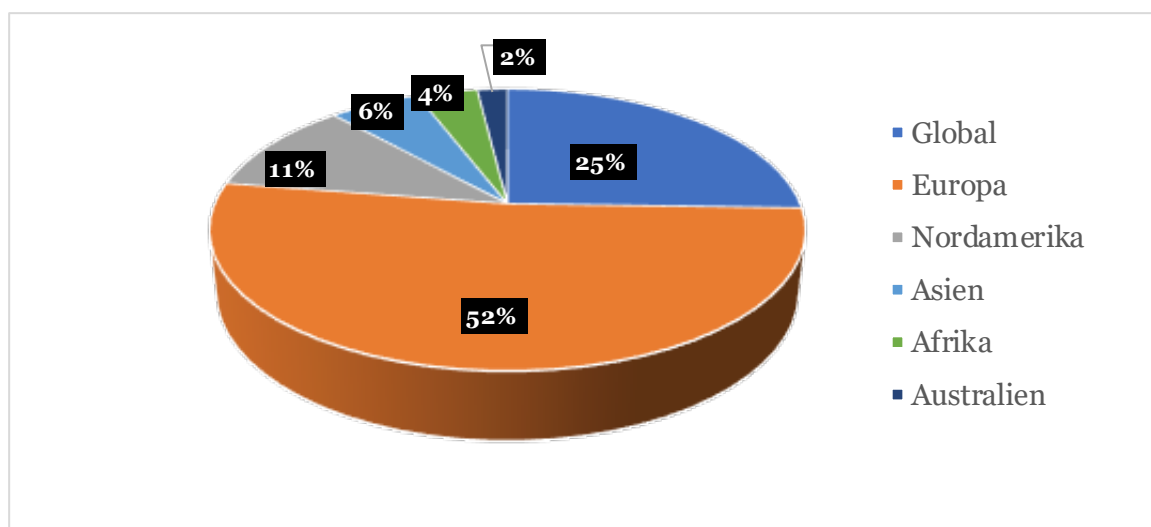
Wir haben die Daten noch einmal aggregiert und Raumbezüge in die drei Kategorien „global“, „Westen“ (inklusive Nordamerika, Australien und Europa – aber ohne Russland) sowie alle übrigen Länder („Nicht-Westen“) eingeteilt. Uns ging es dabei vor allem darum, mittels vereinfachter Zuschreibungen den Eurozentrismus der Forschung deutlich zu machen, nicht darum, bestimmte geopolitische Zuordnungen einzelner Länder vorzunehmen. Da bei „Europa“ so gut wie keine Bezüge zu Ländern (Süd)Osteuropas genommen wurde, umfasst „Europa“ hier im Wesentlichen Nord-, Mittel- und Westeuropa. Der Raumbezug zu Ländern außerhalb der so definierten „westlichen“ Hemisphäre macht dabei allenfalls ein Viertel aller Bezüge aus (Abbildung 5).

Abbildung 5: Abgleich der Raumbezüge der befragten Professor:innen zwischen eigener Forschungserfahrung und Forschungsprojekten nach Großregionen (in %)



Wir haben auch in den Publikationslisten der Professor:innen, die nicht den Fragebogen beantwortet hatten, eventuell vorhandene Raumbezüge kodiert, um zu sehen, in bzw. zu welchen Ländern oder Regionen Forschung stattfindet (Abbildung 6). Im Vergleich zu den von den Befragten angegebenen Forschungsprojekten wird der Anteil des Nicht-Westens hier noch deutlich kleiner. 52% beschäftigen sich mit Europa, darunter überwiegend West-, Nord- und Mitteleuropa. Vereinzelt sind Länder wie Kroatien oder Rumänien benannt. Elf Prozent beziehen sich auf Nordamerika bzw. ausschließlich die USA. Südamerika ist gar nicht im Portfolio, Asien umfasst sechs Prozent, wobei die Hälfte davon Forschung zu/in Israel ausmacht. In Afrika gab es vier Nennungen, darunter Ägypten, Uganda und Malawi. Australien macht zwei Prozent aus. 25% der Raumbezüge in den Publikationen wurden als global kodiert, also mit einer Vielzahl von Ländern im Sample bzw. nicht regional eindeutig zuordenbar.

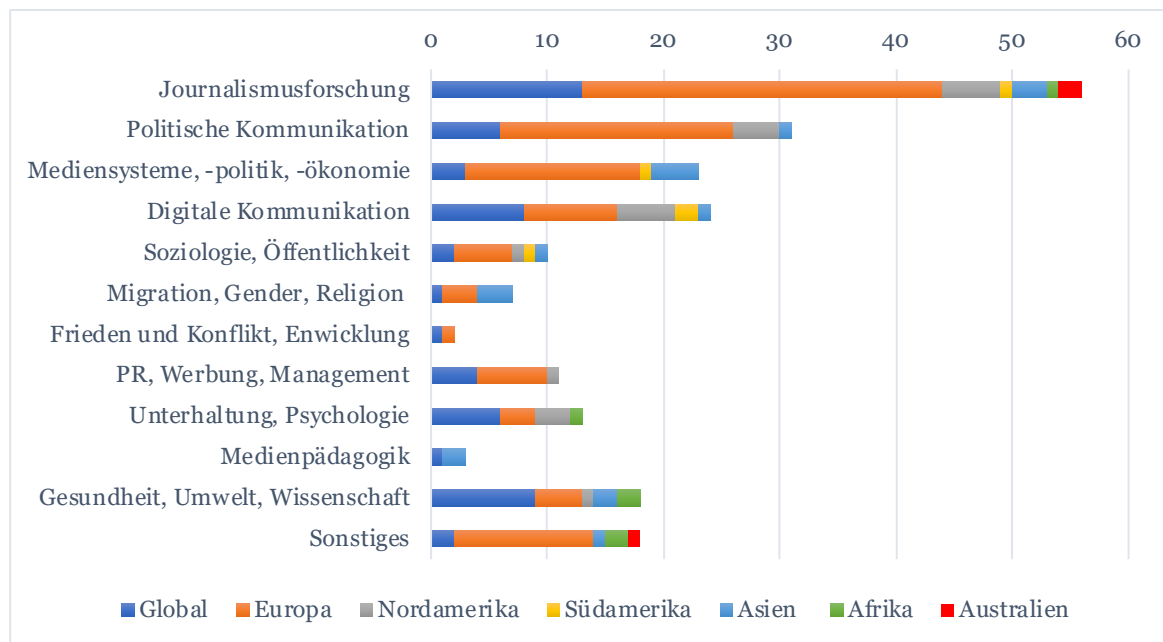
Abbildung 6: Regionalbezüge in den Publikationslisten der Professor:innen (n=99, bis zu 3 Nennungen möglich, in %)



Die Befragung und die Sichtung der Publikationslisten offenbaren also einen hohen Eurozentrismus und eine insgesamt mangelnde Auseinandersetzung mit anderen Weltregionen außerhalb (West)Europas und Nordamerikas. Indien, China, Russland kommen so gut wie gar nicht vor, Lateinamerika nur am Rande, in Afrika werden einige Länder sporadisch benannt. Die deutsche Kommunikationswissenschaft verpasst durch diesen eingeschränkten geografischen Blick wichtige Entwicklungen und kann damit nicht von sich behaupten, globale Perspektiven einzunehmen.

Wir haben in einem letzten Schritt die Themenfelder zu den identifizierten Raumbezügen der Forschungsprojekte und Publikationen in Beziehungen gesetzt (Abbildung 7). Dazu haben wir die Daten aus der Befragung und der Auswertung der Publikationslisten zusammengerechnet. Die Dominanz einer eurozentrischen Forschung zeigt sich in fast allen Feldern.

Abbildung 7: Themenfelder von Forschungsprojekten und Publikationen nach Region (n=156 Professuren, Mehrfachnennungen möglich, in %)



Diffusion in den Nachwuchsbereich: Mitarbeiter:innen und Doktorand:innen

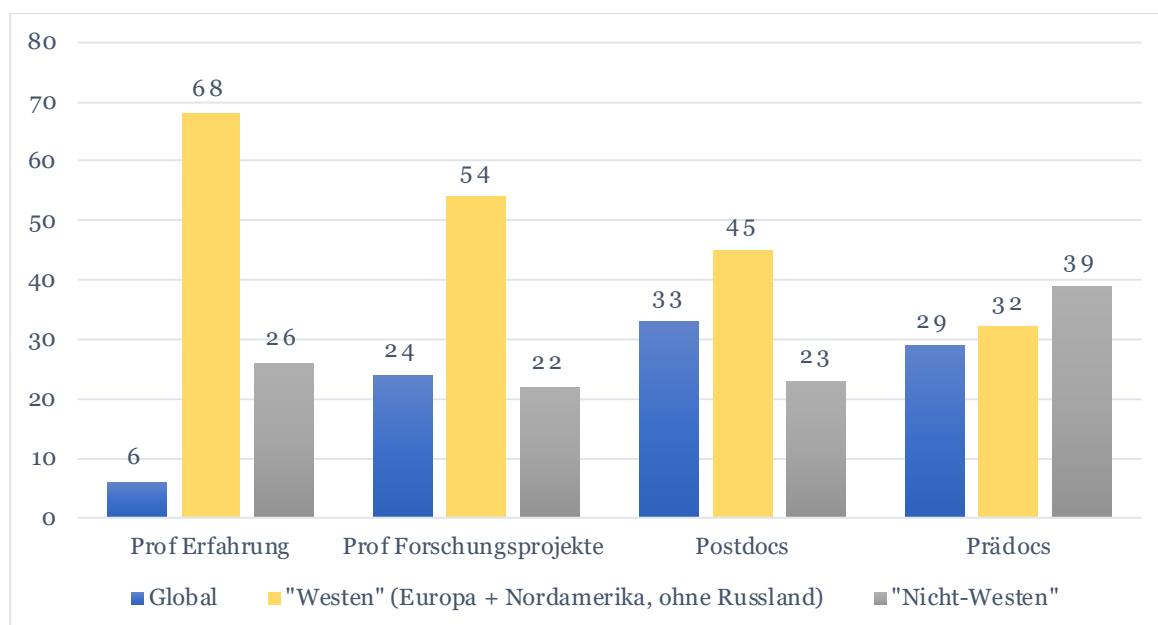
Wie sieht es nun aus mit der Diffusion kosmopolitischer Kommunikationswissenschaft in den Nachwuchsbereich? Zur Etablierung einer spezifischen Forschungs- und Lehrkultur braucht es eine Langzeitperspektive für und die Aktivierung von zukünftigen Forschungsgenerationen in diesen Bereichen. Wir haben uns deshalb mit der Personalausstattung der Professor:innen beschäftigt und dabei gefragt, ob bei den beschäftigten wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen kosmopolitische Themenfelder bearbeitet und nicht-deutsche Raumbezüge vorgenommen werden und ob die Forschung auch in die Lehre diffundiert. Hier konnten alle Beschäftigten – egal ob Haushalts- oder Drittmittelstellen – angegeben werden.

Nur 40 der 57 Befragten haben angestellte Mitarbeiter:innen oder/und assoziierte Doktorand:innen, die zu kosmopolitischen Themen arbeiten. 27 von 57 Befragten, also knapp die Hälfte, beschäftigen Prädocs mit einer kosmopolitischen Themenausrichtung und nur 23 (also 40%) beschäftigen Postdocs mit solch einem Fokus (siehe auch Anhang I). Insgesamt haben wir 69 fest oder temporär angestellte Prädocs und 40 angestellte Postdocs gezählt, die zu internationalen oder transkulturellen Themen arbeiten. Interessant ist, dass immerhin 39% der 69 benannten Prädocs Ausländer:innen sind, also keinen deutschen Pass haben, und gar 58% der benannten 40 Postdocs. An sechs Professuren gibt es keine angestellten Mitarbeiter:innen, aber zumindest ein bis drei Doktorand:innen, die zu internationalen Themen arbeiten. Dieses Ungleichgewicht liegt sicherlich auch an einer unterschiedlichen finanziellen Ausstattung der jeweiligen Professuren.

Trotzdem lassen sich abseits von Ausstattungsfragen mehrere Schlussfolgerungen ziehen: International ausgerichtete Forschung wird auf Mittelbauebene häufig von Nicht-Deutschen betrieben. Dies kann einerseits ein Anzeichen dafür sein, dass zunehmend eine Sensibilität dahingehend aufgekommen ist, dass für bestimmte Studien Sprach- und Kontextkenntnisse nötig sind, die von Forscher:innen mit lokaler Expertise besser erfüllt werden. Außerdem spricht es dafür, dass das deutsche Hochschulsystem durchlässiger wird für ausländische Forscher:innen. Allerdings müssen wir hier auch etliche Einschränkungen vornehmen: Das vorliegende Sample umfasst diejenigen, die ohnehin ein besonderes Interesse an kosmopolitischer Forschung zu haben scheinen. Die oben genannten Überlegungen lassen sich also sicherlich nicht auf die gesamte deutsche Kommunikationswissenschaft übertragen. Und letztlich sind es nur 40 von 57 Professuren, die überhaupt Mitarbeiter:innen und Doktorand:innen mit einem entsprechenden Themenschwerpunkt beschäftigen bzw. assoziieren und davon wiederum nur 19, die ausländische Prä- oder/und Postdocs beschäftigen. Wir haben es hier also mit einer starken Clusterbildung an spezifischen Standorten zu tun, an denen eine kosmopolitische Diversifizierung tatsächlich aktiv gelebt wird. Es ergibt sich der Eindruck, dass es eines bewussten persönlichen Einsatzes einer Professur dafür braucht, Mitarbeiter:innen mit internationalen Forschungsinteressen einzustellen oder sie zu solch einer Forschung zu ermutigen. Es zeigt sich in den Daten aber auch, dass die entsprechende Denomination als Auftrag verstanden wird, solcherart strukturelle Weichenstellungen in der Beschäftigungspolitik vorzunehmen.

Schaut man sich zudem die geografischen Foki an, mit denen sich die wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen beschäftigen und setzt sie in Vergleich zu den Forschungserfahrungen und Projekten ihrer Professor:innen, so finden sich bei den Postdocs nur wenige Ausschläge im Hinblick auf gemeinhin unterfokussierte Länder: Es gibt einmal eine Nennung von Benin und zweimal wird die Türkei bei Postdoc-Projekten benannt, ansonsten steht (West)Europa mehrheitlich im Fokus (Abbildung 8).

Abbildung 8: Regionalbezüge im Vergleich der Statusgruppen (in %)

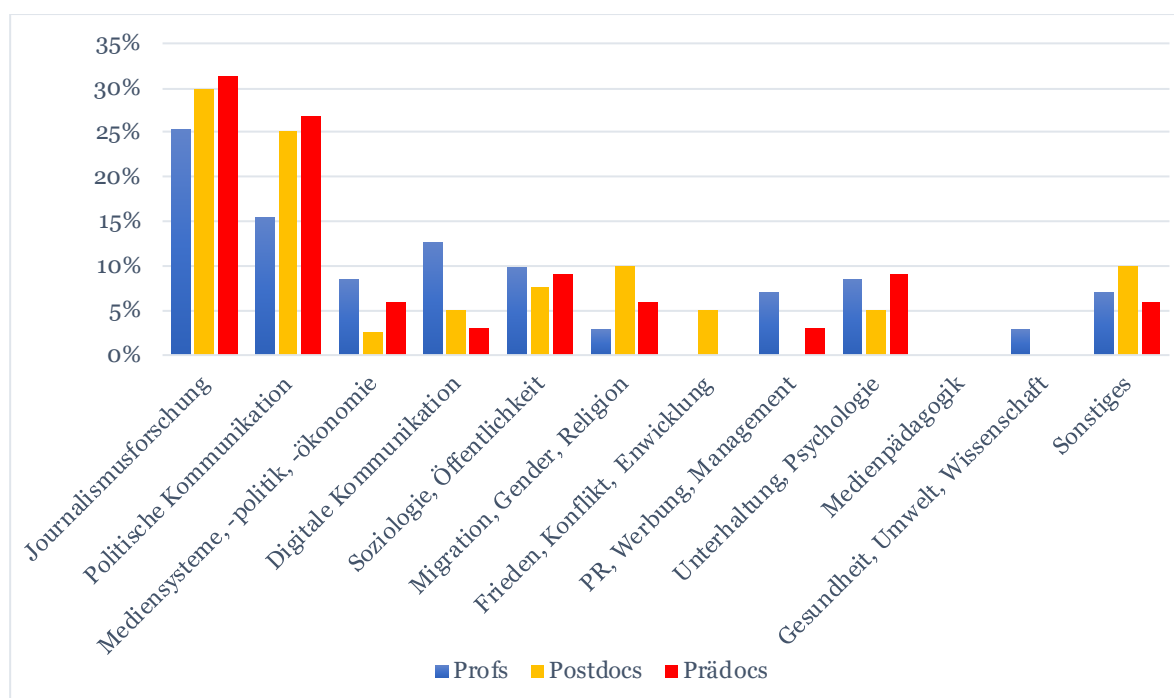


Auffällig ist jedoch, dass sich dies bei den wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen vor der Promotion unterscheidet. Hier beschäftigen sich 39% der benannten 69 Personen mit nicht-westlichen Ländern. Dabei wird allein Russland ganze sechs Mal benannt. Aber auch Länder, die in der Liste der Professor:innen und Forschungsprojekte bisher nicht vorkommen, werden benannt, bspw. Pakistan, Belarus, Marokko oder Namibia. Bei den Postdocs lässt sich dies so nicht beobachten. Möglicherweise erkennen wir hier einen Generationenwechsel: ein stärkeres Interesse, aus den ausgetretenen Pfaden hervorzutreten und sich in der Forschung auch Länder und Regionen zu erschließen, die nicht zum typischen Repertoire in der deutschen Kommunikationswissenschaft zählen. Gleichzeitig ließe sich aber auch vermuten, dass in der Postdoc-Phase ein höherer Anpassungsdruck herrscht. Möglicherweise wird erwartet oder man hat auch die Erfahrung gemacht, dass man kaum Chancen auf eine der raren Haushaltsstellen oder eine Drittmittelfinanzierung hat, wenn man „untypische“ Länder anvisiert.

Nur 59% der hier aufgeführten Postdocs mit kosmopolitischen Themen lehren übrigens auch in den Programmen der Hochschulen und nur 45% der Prädocs. Dies deutet darauf hin, dass diese häufig in Projekten angestellt sind, für die keine Lehrverpflichtung besteht. Dies kommt zwar möglicherweise den Forschungsprojekten zugute, behindert aber auch eine notwendige Diffusion der Erfahrungen und Perspektiven dieser Personen in die Ausbildung von Studierendengenerationen.

Außerdem haben wir auch die Themenfelder einbezogen, die für die Prädocs und Postdocs angegeben wurden, die im jeweiligen Verantwortungsbereich der Professoren zu kosmopolitischen Themen arbeiten (Abbildung 9).

Abbildung 9: Bearbeitete Themenfelder kosmopolitischer Forschung nach Statusgruppen (in %)



Prädocs und Postdocs beschäftigen sich demnach noch stärker mit Themen im Bereich der Journalismusforschung und der politischen Kommunikation als ihre Professor:innen selbst. Auffällig ist allerdings auch, dass auf der Mitarbeiter:innen-Ebene Öffentlichkeitsforschung und insbesondere auch der Bezug zu Migrations- und Diversitätsthemen vergleichsweise häufiger betrieben werden. Auch hier lässt sich also schlussfolgern, dass ein Verharren in konsolidierten Feldern dominant ist, während Zukunftsfelder von den jüngeren Generationen vorsichtig erschlossen werden.

Wir haben abschließend auch gefragt, ob neben den angestellten Mitarbeiter:innen weitere Doktorand:innen betreut werden, die kosmopolitische Themen bearbeiten. 31 von 57 Professor:innen (also 53%) verneinen dies. 17 betreuen je ein bis drei Doktorand:innen und neun Professor:innen mehr als vier Doktorand:innen mit internationalen Themen (siehe auch Anhang I). Die Menge der Doktorand:innen korreliert auch mit der Menge an angestellten Prädocs und Postdocs, die zu internationalen Themen arbeiten. Generell spiegelt sich also ein genuines Interesse der Professuren an kosmopolitischen Themen auch bei den Personalentscheidungen wider, die sie vornehmen und der Menge an Doktorand:innen mit entsprechenden Themen, die sie betreuen.

Transfer der Forschung in die Lehre

Ein wichtiger Aspekt für die Diffusion kosmopolitischer Sichtweisen ist der Transfer von entsprechender Forschung in die Lehre. Wir haben deshalb auch gefragt, ob Lehrangebote mit spezifischen Themen der internationalen oder transkulturellen Kommunikation angeboten werden.

Zwei Drittel der Befragten geben an, dass sie entsprechende Angebote machen. Dies reicht von Lehrforschungsprojekten zu internationaler Medienregulierung über „Reality TV als globales Fernsehformat“ bis zu „Desinformation als globales Phänomen“. Ein statistisch signifikanter Unterschied zeigt sich dabei zwischen denjenigen, die keine international ausgerichteten Forschungsprojekte haben und denjenigen, die diese betreiben (Tabelle 3).

Tabelle 3: Zusammenhang von Lehrangeboten und der Durchführung von kosmopolitischen Forschungsprojekten

Kosmopolitische Forschungsprojekte	Durchführung von Lehre		Gesamt
	ja	nein	
ja	35	12	47
nein	3	7	10
Gesamt	38	19	57

$$x^2=7,33 > 3,84$$

$$p\text{-Wert} = 0.0067 < 0.05$$

Rund drei Viertel derjenigen, die entsprechende Forschung machen, lassen diese grundsätzlich auch in die Lehre diffundieren. Am häufigsten ist dies im Bereich der Migrationsforschung und der Forschung zu Mediensystemen der Fall, allerdings auch bei der Journalismusforschung sowie der PR-Forschung.

Lehrerfahrung im Ausland war ein weiterer Punkt, den wir abgefragt haben. Das Verständnis für internationale Sichtweisen und das Kennenlernen von relevanten Themenfeldern ist etwas, das vor allem durch Kontakt mit einem nicht-deutschen Umfeld an Hochschulen, in Akademien oder Summer Schools entsteht.⁵ 34 von 57 Befragten (60%) haben schon einmal im Ausland gelehrt. Zudem besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Angebot von international ausgerichteter Lehre an der eigenen Hochschule und einem Lehrangebot im Ausland (Tabelle 4).

Tabelle 4: Zusammenhang von Lehrangeboten im Ausland und kosmopolitischen Lehrangeboten am eigenen Standort

Kosmopolitische Lehrangebote an der Heimat-Uni	Lehrangebote im Ausland		Gesamt
	ja	nein	
ja	29	9	38
nein	5	14	19
Gesamt	34	23	57

$$x^2=13,16 > 3,84$$

$$p\text{-Wert} = 0.0029 < 0.05$$

Genauso wird deutlich, dass diejenigen, die international ausgerichtete Forschung betreiben, deutlich häufiger auch Lehre im Ausland anbieten (Tabelle 5).

Tabelle 5: Zusammenhang zwischen Lehrangeboten im Ausland und der Durchführung kosmopolitische Forschungsprojekte

Kosmopolitische Forschungsprojekte	Lehrangebote im Ausland		Gesamt
	ja	nein	
ja	33	14	47
nein	1	9	10
Gesamt	34	23	57

$$x^2=12,42 > 3,84$$

$$p\text{-Wert} = 0.0042 < 0.05$$

⁵ Einzelne Gastvorträge an ausländischen Hochschulen oder Konferenzvorträge zählten explizit NICHT als ausländische Lehrerfahrung.

Hier offenbart sich sicherlich auch ein enger Zusammenhang zwischen Kooperationspartner:innen, die man durch viele Forschungsprojekte gewinnt, und der Möglichkeit, an der Partnerhochschule auch einmal zu lehren. Wenn es aber um die Länder geht, in denen Lehre im Ausland absolviert wurde, so zeigt sich auch hier wieder, dass sich dies weitgehend auf Europa beschränkt: 24 von 34 Lehrenden betrifft dies, hauptsächlich in der Schweiz, Frankreich und Norwegen. Sechs haben aber auch in asiatischen Ländern Kurse gegeben, dabei reicht das Spektrum von Indonesien, China über Kasachstan bis Israel, die restlichen vier waren in Ägypten, Brasilien und den USA. Generell wird aber deutlich, dass kosmopolitische Forschung ein wichtiger Treiber für die Diffusion dieser Perspektiven in die Lehre ist.

Teil 2: Befunde zu den Studienprogrammen

Wir haben bereits argumentiert, dass kosmopolitische Forschung vor allem dann Relevanz für die nachhaltige Etablierung spezifischer Perspektiven in der deutschen Kommunikationswissenschaft haben kann, wenn diese auch in die Lehre diffundiert. Das „Irritieren“ von Studierenden mit anderen Blickwinkeln, der Einbezug von Wissen zum und aus dem Globalen Süden und das Kennenlernen von regionalen und lokalen Unterschieden, Themenpräferenzen und Kommunikationsphänomenen ist unerlässlich für eine Überwindung des Eurozentrismus.

Im ersten Teil hat sich angedeutet, dass nur wenige Standorte in Deutschland Professuren mit explizit kosmopolitischen Denominationen vorhalten. Diese sind Berlin, Dortmund, Eichstätt, Erfurt, Leipzig, Mainz, Passau und Weimar. An weiteren Standorten wie Bremen, Düsseldorf und München konnte eine größere Zahl an international ausgerichteten Forschungsaktivitäten festgestellt werden.

Inwiefern diffundieren diese Aktivitäten in die Lehre? Lassen sich Zusammenhänge herstellen zwischen den entsprechenden Denominationen und bestimmten Studiengängen, Modulen und der Anzahl der Lehrveranstaltungen mit kosmopolitischem Charakter? Welche Themenfelder werden bearbeitet? Und spiegelt sich der starke Eurozentrismus, der im ersten Teil diagnostiziert wurde, auch in der Lehre wider?

Bachelor-Ausbildung an Universitäten

Auf Bachelor-Level zeigt sich ein sehr großer Nachholbedarf, was internationale und/oder transkulturelle Perspektiven und Themen in der grundständigen kommunikationswissenschaftlichen Ausbildung angeht.

Auf Bachelor-Level gibt es nur drei explizite **Studiengänge**, die als kosmopolitisch gelten können. Allesamt sind interkulturell ausgerichtet und haben einen starken linguistischen bzw. medienwissenschaftlichen Bezug. Sie werden zudem häufig von Fakultäten angeboten, die einen interdisziplinären Ansatz pflegen und bei dem die kommunikationswissenschaftlichen Aspekte eher „Beiwerk“ sind. Der Studiengang

„Interkulturelle Kommunikation“ der TU Chemnitz setzt dezidiert auf einen kulturwissenschaftlich-qualitativen Ansatz. Hier werden etliche Module angeboten, die sich „kritisch“, „theoretisch“ und „empirisch“ mit Fragen von interkultureller Kommunikation und Diversität auseinandersetzen. Die Studierenden sind aufgefordert, eine Fremdsprache zu lernen und einen Auslandsaufenthalt zu absolvieren. Der Studiengang „Europäische Wirtschaftskommunikation – Langues, communication et commerce européens“ an der Universität Siegen ist ein binationaler deutsch-französischer Studiengang in Kooperation mit Orléans, genauso wie das Programm „Europäische Medienkultur“ an der Bauhaus-Universität Weimar, die mit Lyon zusammenarbeitet.

Das sehr geringe, kaum im Kern des Fachs angesiedelte und dann noch – mit Ausnahme der TU Chemnitz – auf Kooperation mit Frankreich spezialisierte kosmopolitische Angebot für Studierende im Bachelor spiegelt sich auch auf Ebene der **Modulangebote**. Es gibt auch bei Einbezug aller kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge in die Analyse nur sehr wenige Module, die einen explizit internationalen Fokus haben. Nur an 13 von 40 Universitäten wurde überhaupt ein solches Modulangebot gefunden. Dabei handelt es sich zumeist um Angebote, die Mediensysteme und politische Kommunikation in den Blick nehmen (an 7 Standorten: FU Berlin, RU Bochum, TU Braunschweig, TU Chemnitz, KU Eichstätt, Erfurt, Passau) oder mit dem Begriff „Medienkulturen“ oder „transkulturell“ operieren (an 5 Standorten: Babelsberg, Erfurt, ZU Friedrichshafen, Siegen, BHU Weimar). Aspekte der interkulturellen Wirtschaftskommunikation werden an der UdK Berlin in einem Modul aufgerufen und internationaler Journalismus an der TU Dortmund. Es fehlt also weitgehend an einer programmatisch verankerten, grundständigen Einführung in kosmopolitische Perspektiven im Bachelor.

Diese Befunde eines sehr geringen Angebots lassen sich auch auf der Ebene der **Lehrveranstaltungen** bestätigen. Innerhalb von zwei Semestern konnten wir insgesamt 83 Lehrveranstaltungen auf Bachelor-Level finden, die die Kriterien erfüllen und in Titel und Syllabus versprechen, kosmopolitische Perspektiven zu integrieren. Insgesamt bieten 26 von in diesem Fall 38 untersuchten Universitäten⁶ mindestens eine Lehrveranstaltung in diesen Bereichen an (Tabelle 6). Letztlich summiert sich das Angebot zumeist auf ein bis drei Kurse pro Universität über beide Semester hinweg. Das umfangreichste Angebot wurde von der TU Chemnitz (9 Kurse), der FU Berlin (8 Kurse), der TU Dortmund (7), Bremen (6), der HHU Düsseldorf, Erfurt und der Filmuniversität Babelsberg (je 5) sowie der KU Eichstätt, JGU Mainz, WWU Münster und der BHU Weimar (je 4) gemacht. Hier zeigt sich eine weitgehende Bestätigung der eingangs formulierten Annahme, dass Standorte mit Professuren mit kosmopolitischer Denomination ein stärkeres Angebot an inhaltlich relevanten Lehrveranstaltungen machen können, wenn es schon keine dezidierten Studiengänge oder nur wenige entsprechende Modulangebote gibt.

⁶ Die UdK Berlin und die Universität Köln konnten hier aufgrund fehlender Zugänge zum kommentierten VVZ nicht berücksichtigt werden.

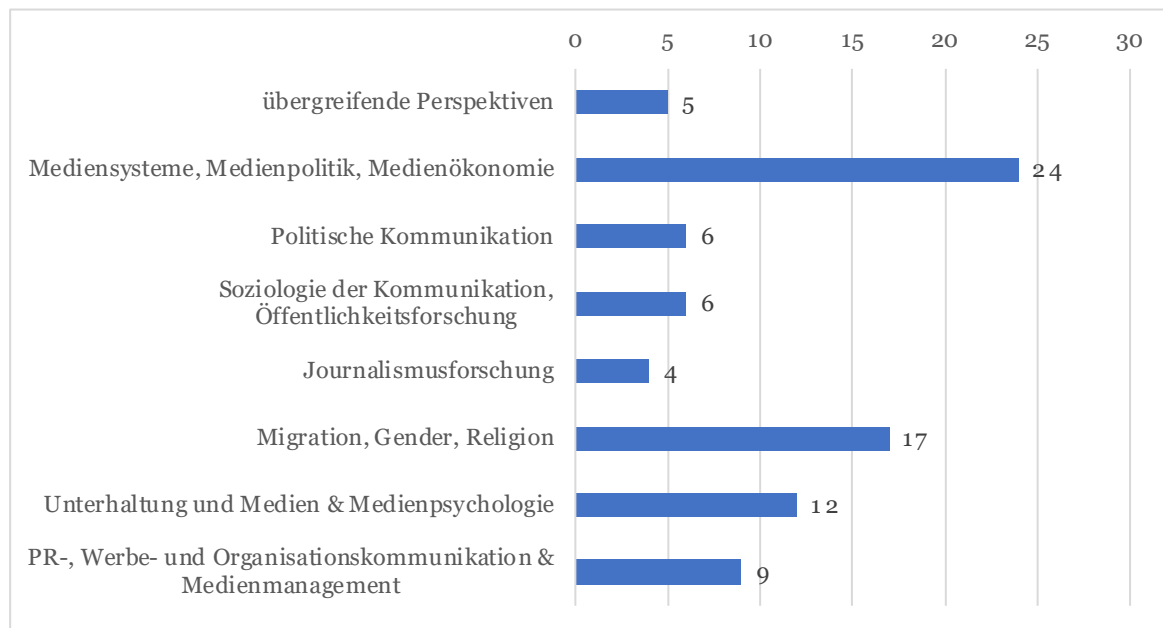
Tabelle 6: Verteilung der kosmopolitischen Lehrveranstaltungsangebote im Bachelor nach Anzahl und Standorten in einem akademischen Jahr

Gesamtzahl der Kurse je Standort	Angebote im SoSe 2021 + WiSe 21/22
Kein Kurs	An 12 Standorten
1 Kurs	10
2 Kurse	3
3 Kurse	2
4 Kurse	4
5 Kurse	3
6 Kurse	1
7 Kurse	1
8 Kurse	1
9 Kurse	1
	83 Kurse an 26 Standorten

Wenn wir die Inhalte der angebotenen Lehrveranstaltungen aufschlüsseln, so zeigt sich, dass – wie bereits bei den Modulangeboten deutlich wurde – die meisten Universitäten vor allem Vorlesungen oder Seminare anbieten, die sich mit Mediensystemen, Medienstrukturen und politischer Kommunikation (auch im Hinblick auf Veränderungen durch die Digitalisierung) im internationalen Vergleich auseinandersetzen. 30 der 83 Lehrveranstaltungen lassen sich diesen Feldern zuordnen (Abbildung 10). Entsprechend ihrem visuellen und medienwissenschaftlichen Schwerpunkt fokussieren vor allem die Universitäten in Babelsberg, die RU Bochum, Bonn und BHU Weimar auf Veranstaltungen zu Film, Fernsehen und Unterhaltung in internationaler Perspektive (12 von 83). An einigen Universitäten lassen sich auch Lehrveranstaltungen finden, die im Zusammenhang mit Migration und Diversität postkoloniale Ansätze zur Untersuchung von Medien und Kommunikation verwenden bzw. insbesondere an der TU Chemnitz interkulturelle Verständigung in den Mittelpunkt stellen (17 von 83, davon allein 8 in Chemnitz). Außerdem werden noch interkulturelle Themen im Bereich Marketing und PR behandelt (9 von 83). Vier Kurse, vor allem an der TU Dortmund und an der LMU München beschäftigen sich mit internationaler Journalismusforschung. Sechs weitere lassen sich der Öffentlichkeits- und Nutzungsforschung in vergleichender Perspektive zuordnen. Übergreifende bzw. einführende Kurse in internationale oder interkulturelle Kommunikation wurden nur bei fünf von 83 identifiziert.

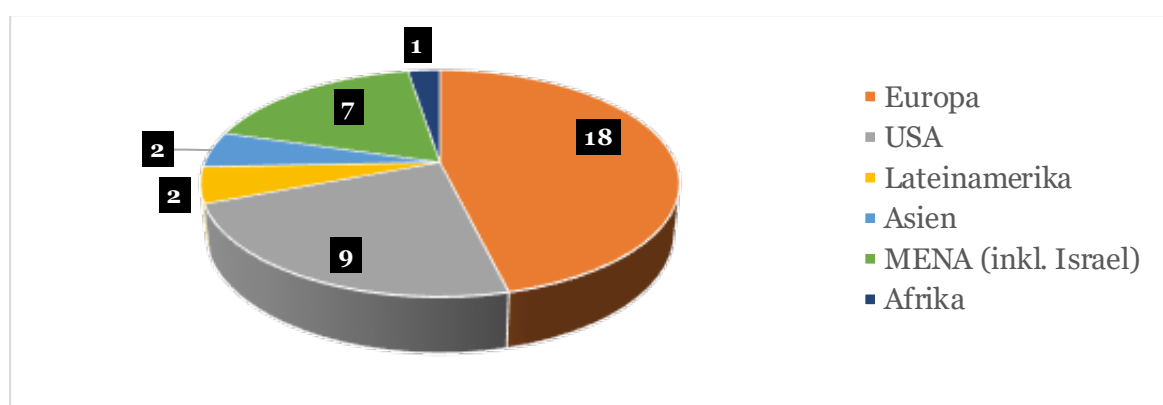
Die bei den Forschungsprojekten noch dominante Verortung in der Journalismusforschung diffundiert also in deutlich geringerem Maße in entsprechende Lehrveranstaltungen, allerdings ist die Mediensystemforschung mit ihrem vergleichenden Ansatz überproportional präsent. Andersherum gewendet: thematisch relevante Lehrveranstaltungen scheinen nur bedingt mit internationalen Forschungsaktivitäten in diesen Themenfeldern zu korrelieren.

Abbildung 10: Inhaltliche Zuordnung der Lehrveranstaltungen auf Bachelor-Level zu Themenfeldern (n=83, absolute Zahlen)



Für die meisten Lehrveranstaltungen wurde in den Vorlesungsverzeichnissen kein dezidierter geografischer Fokus angegeben: nur in insgesamt 35 Lehrveranstaltungen und einige davon nahmen gleich mehrere Länder oder Regionen auf. Wenn es einen Regionalbezug gab, dann fokussierte dieser mehrheitlich auf Europa, die EU bzw. einzelne Länder in Europa (18 Nennungen, davon zwei Mal Osteuropa in Düsseldorf und BHU Weimar) oder die USA (9). Konkrete Bezüge zu Lateinamerika (2, Film-Uni Babelsberg, TU Dortmund), Nahost/dem islamischen Raum (2, RU Bochum, Münster), anderen Ländern in Asien (2, TU Dortmund, BHU Weimar) oder Afrika (1, TU Dortmund) gab es nur ganz selten. Israel kam dagegen fünf Mal vor, vier Mal allein dank einer speziellen Israel-Proffessur, die 2018 in der Publizistikwissenschaft der JGU Mainz eingerichtet wurde (Abbildung 11). Der Eurozentrismus, der bereits im ersten Teil diagnostiziert wurde, spiegelt sich also in fast derselben Form auch in den geografischen Bezügen der Lehrveranstaltungen wider.

Abbildung 11: Genannte Raumbezüge in Lehrveranstaltungsbeschreibungen der Bachelor-Studiengänge (n=39, absolute Zahlen)



Was **englisch-sprachige Lehrveranstaltungen** angeht, so unterscheidet sich das Lehrangebot extrem zwischen den Universitäten. An 19 von 38 erhobenen Standorten⁷ werden kommunikationswissenschaftliche englisch-sprachige Angebote im Bachelor gemacht, an zwei weiteren lediglich Studium-Generale-Angebote in englischer Sprache (wie bspw. „Academic Writing“). Insgesamt ließen sich an den 19 Standorten 99 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache identifizieren, häufig sind dies aber lediglich ein bis zwei Kurse pro Semester. Über das akademische Jahr verteilt waren die Spitzenreiter Bremen (mit 11 Kursangeboten), FU Berlin (9), Mannheim (8), HHU Düsseldorf (7) – und die PU Marburg mit zwölf, wobei es sich hier eher um medien- und kulturwissenschaftliche Angebote handelt.

Das Fazit ist naheliegend: Globale Kommunikationsperspektiven spielen auf Bachelor-Ebene eine stark untergeordnete Rolle und werden nur sporadisch aufgegriffen und wenn, dann zumeist im Zusammenhang mit Mediensystem-Fragen. Der Blick wird dabei auch nur selten über den (west)europäischen Raum hinaus geweitet. Englisch-sprachige Lehre gibt es in einem befriedigenden Maß nur an wenigen Standorten.

Master-Ausbildung an Universitäten

Was international oder transkulturell ausgerichtete Master-Studiengänge angeht, erscheint die Lage auf den ersten Blick besser als auf Bachelor-Level zu sein. Wir konnten sieben **Studiengänge** identifizieren, die einen klaren kosmopolitischen Fokus haben.

Die TU Chemnitz bietet den Studiengang „Interkulturelle Kommunikation – Interkulturelle Kompetenz“ an, der eine Weiterführung des eigenen Angebots im Bachelor ist. Zugangsvoraussetzung sind hier ein nachgewiesener Auslandsaufenthalt und ein Abschluss eines Bachelors in einem kultur- oder sozialwissenschaftlichen Fach. Der kommunikationswissenschaftliche Fokus ist dabei eher randständig. Der Studiengang „Internationale Public Relations“ an der LMU München bedient dagegen ein zentrales Feld der Kommunikationswissenschaft. Er fokussiert auf den Aufbau von interkulturellen Kompetenzen und Kenntnissen in internationaler strategischer Kommunikation, um im Feld der PR tätig zu werden. Hier wird also den Bedarfen eines spezifischen Berufsfeld mit einer dezidiert internationalen Ausrichtung Rechnung getragen. Der Leipziger Studiengang „Global Mass Communication“ ist eine Kooperation mit der Ohio University, hat ein umfangreiches kommunikationswissenschaftliches Angebot und findet komplett in englischer Sprache statt. Allerdings „pausiert“ dieser Studiengang seit dem Wintersemester 2022/23 und wird in dieser Weise voraussichtlich auch nicht fortgeführt. Ein weiterer binationaler Studiengang wird an der JGU Mainz gemeinsam mit der Pariser Universität Sorbonne Nouvelle – Paris 3 als „Transnationaler Journalismus“ angeboten. Der Studiengang fokussiert vor allem auf eine praktische Journalismusausbildung in sowohl

⁷ Hier konnten die UdK Berlin und die Universität Köln nicht berücksichtigt werden, da es keinen Zugang zu den VVZ gab.

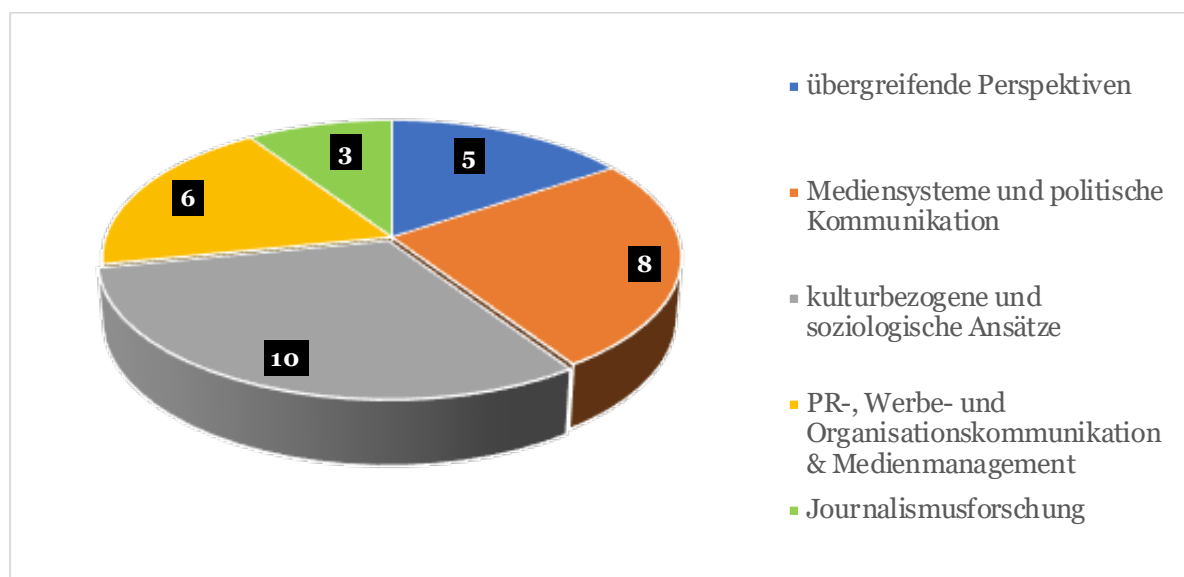
Deutschland als auch Frankreich mit entsprechenden Sprachkenntnissen. Ein Teil des Studiums umfasst „transnationale Reflexion“, bei der vor allem Themen zu europäischer Öffentlichkeit, Medienpolitik und aktuellen Fragen im Mittelpunkt stehen. Auch die LMU München engagiert sich in einem Kooperations-Master mit kosmopolitischen Inhalten, dem Erasmus Mundus-Master „Journalism, Media & Globalisation“, der federführend von der dänischen Universität Aarhus betrieben wird. Im zweiten Studienjahr können die Studierenden aus fünf verschiedenen europäischen Partneruniversitäten auswählen, das Angebot in München, das vor allem auf cross-border und vergleichende Journalismusforschung setzt, ist eines davon. Bei diesen Master-Programmen speist sich der inhaltliche Gehalt der Internationalisierung vor allem aus den gelebten Mobilitäts-Erfahrungen und Auslandsaufenthalten. Die Module – insbesondere in Leipzig und Mainz – spiegeln mit einem Fokus auf USA und Frankreich die jeweiligen Partnerschaftsbeziehungen wider. Die Nachhaltigkeit und der Umfang des tatsächlichen kosmopolitischen Angebots steht und fällt hier mit den Kooperationspartnern.

Es gibt letztlich nur zwei eigenständige Master-Studiengänge an deutschen kommunikationswissenschaftlichen Instituten, die auf inhaltlicher Ebene eine genuine kosmopolitische Perspektive einnehmen: Der Master „Medienkultur und Globalisierung“ in Bremen und der englisch-sprachige Master „Global Communication: Politics and Society“ in Erfurt. Während es in Bremen eher um abstrakte Kultur-basierte Fragestellungen geht, widmet sich der Studiengang in Erfurt stärker globalen und komparativen Ansätzen und es werden verschiedene Felder der Kommunikationswissenschaft durchdekliniert, beispielsweise Migrations- und Diversitätsforschung und soziale Kommunikation. Eine Sonderstellung wiederum nimmt der Master „Media and Communication Science“ an der TU Ilmenau ein, der sich in seiner Selbstbeschreibung inhaltlich nicht dezidiert kosmopolitisch labelt, aber durch sein ausschließlich englisch-sprachiges Angebot zu über 80% Studierende aus Ländern des Globalen Südens und Osteuropas anzieht.

Unabhängig davon, ob es dezidiert ausgerichtete Studiengänge gibt, lassen sich an etwas mehr als der Hälfte (21 der 40) der erhobenen Universitäten Module mit einer internationalen Ausrichtung identifizieren (Abbildung 12). Aus naheliegenden Gründen ist das **Modulangebot** an den Universitäten in Bremen, Erfurt, Chemnitz, Mainz und München, die entsprechende Studiengänge anbieten, umfangreicher als an anderen Standorten. Wenngleich sich wie in den Bachelor-Programmen etliche Module mit Mediensystemen und politischer Kommunikation beschäftigen (an 8 Standorten: FU Berlin, Bonn, TU Chemnitz, HHU Düsseldorf, Erfurt, Leipzig, JGU Mainz, LMU München), so nimmt dies doch in der Gesamtschau weniger Raum ein. Stärker als in den Bachelor-Programmen kommt stattdessen das Wort „Kultur“ in den Modulbeschreibungen vor und zielt auf eine kulturwissenschaftliche und soziologische Untersuchung von Kommunikationsprozessen, so beispielsweise mit „Europäischen Kommunikationskulturen“ in Augsburg oder „Medienkulturen im historischen Prozess“ in Bonn (an 10 Standorten: Augsburg, Bonn, Bremen, TU Chemnitz, Duisburg-Essen, Erfurt, Hohenheim, TU Ilmenau, Köln und Tübingen).

Außerdem lässt sich eine gewisse Fokussierung auf entweder PR- und Medienmanagement-bezogene Module feststellen, wie beispielsweise „Public Relations and Communication in the Context of Globalization“ an der TU Ilmenau (an 6 Standorten: TU Ilmenau, Jena, Leipzig, LMU München, Viadrina in Frankfurt/Oder, BHU Weimar) oder auf Journalismus ausgerichtete Module wie „International Journalism“ an der Bundeswehr-Universität München (an 3 Standorten: TU Dortmund, BWU München, LMU München). Allgemeinere Feld-übergreifende Module werden an fünf Standorten in Berlin, Bremen, Erfurt, Mainz und Trier angeboten, wobei das Modul „Medien in transdisziplinärer Perspektive“ in Trier sehr breit angelegt ist und nur sporadisch kommunikationsbezogene Kurse anbietet. Die anderen vier Standorte fokussieren in diesen Überblicksmodulen dezidiert auf eine Bandbreite an Phänomenen transkultureller und internationaler Kommunikation sowie auf vielfältige theoretische Zugänge.

Abbildung 12: Modulangebote im Master und ihre inhaltliche Ausrichtung (n=32, absolute Zahlen)



Generell lässt sich hier also feststellen, dass im Master-Bereich Module mit internationaler Ausrichtung häufiger vorhanden sind als noch auf Bachelor-Level. Die Module sind aber auch spezialisierter und fokussieren auf Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft, wie eben Journalismus-Forschung oder PR-Forschung. Dies lässt einerseits den Erwerb vertiefter Kenntnisse und ein Eintauchen in internationale und transkulturelle Fragestellungen zu, lässt andererseits aber auch eine gewisse Breite im Zugang vermissen. Diese Breite wird nur an wenigen Standorten vermittelt.

Schließlich gibt eine Übersicht über die **Lehrveranstaltungen**, die im Sommersemester 2021 und Wintersemester 2021/22 angeboten wurden, noch einen klaren Blick auf das tatsächliche Angebot. Innerhalb von einem akademischen Jahr konnten wir insgesamt 77 Lehrveranstaltungen auf Master-Level finden, die kosmopolitische Perspektiven aufwiesen.

Insgesamt bieten 20 von 38 untersuchten Universitäten⁸ mindestens eine Lehrveranstaltung in diesen Bereichen an. Die Menge der angebotenen Kurse ist also etwas geringer als auf Bachelor-Level und zudem ist die Verteilung weniger breit, sondern ballt sich an bestimmten Standorten. Nur zehn Standorte kommen überhaupt über eine Lehrveranstaltung pro Semester hinaus (Tabelle 7). Das Angebot korrespondiert zumeist – aber nicht in allen Fällen – mit den zuvor identifizierten Modulen. Nicht immer wird bei Universitäten, die mit einem Modul zumindest vage eine internationale oder transkulturelle Perspektive versprechen, ein entsprechendes Lehrangebot gemacht. Dafür gibt es auch an Standorten, die kein solches Modul offerieren, zuweilen ein oder zwei Lehrveranstaltungen, die kosmopolitische Elemente enthalten. Es bleibt also der Befund, dass kosmopolitische Lehre eher erratisch als nachhaltig in die Lehre deutscher Universitäten integriert wird. Das umfangreichste Angebot wird von der Universität Erfurt gestellt (14 Kurse), darauf folgt die FU Berlin (9 Kurse), die Programme an der TU Ilmenau, in Leipzig und an der LMU München (je 7 Kurse) sowie Angebote in Bonn und an der JGU Mainz (je 5 Kurse). Dies korrespondiert im Falle von Erfurt, Leipzig, München und Mainz auch mit den spezifischen Master-Studiengängen, die dort angeboten werden. Die FU Berlin, die TU Ilmenau und die Universität Bonn halten auch ohne spezifische Master-Studiengänge ein einschlägig kosmopolitisches Angebot vor.

Tabelle 7: Verteilung der kosmopolitischen Lehrveranstaltungsangebote im Master nach Anzahl und Standorten in einem akademischen Jahr

Gesamtzahl der Kurse je Standort	Angebote im SoSe 2021 + WiSe 21/22
Kein Kurs	An 18 Standorten
1 Kurs	6
2 Kurse	4
3 Kurse	3
4 Kurse	
5 Kurse	2
6 Kurse	
7 Kurse	3
8 Kurse	
9 Kurse	1
10 Kurse	
11 Kurse	
12 Kurse	
13 Kurse	
14 Kurse	1
	77 Kurse an 20 Standorten

Schaut man sich die inhaltliche Stoßrichtung genauer an, so wird deutlich, dass die Modulangebote bereits einen Trend aufgezeigt haben (Abbildung 13): der Fokus auf Veranstaltungen im Bereich PR und Marketing ist groß und umfasst 14 von 77

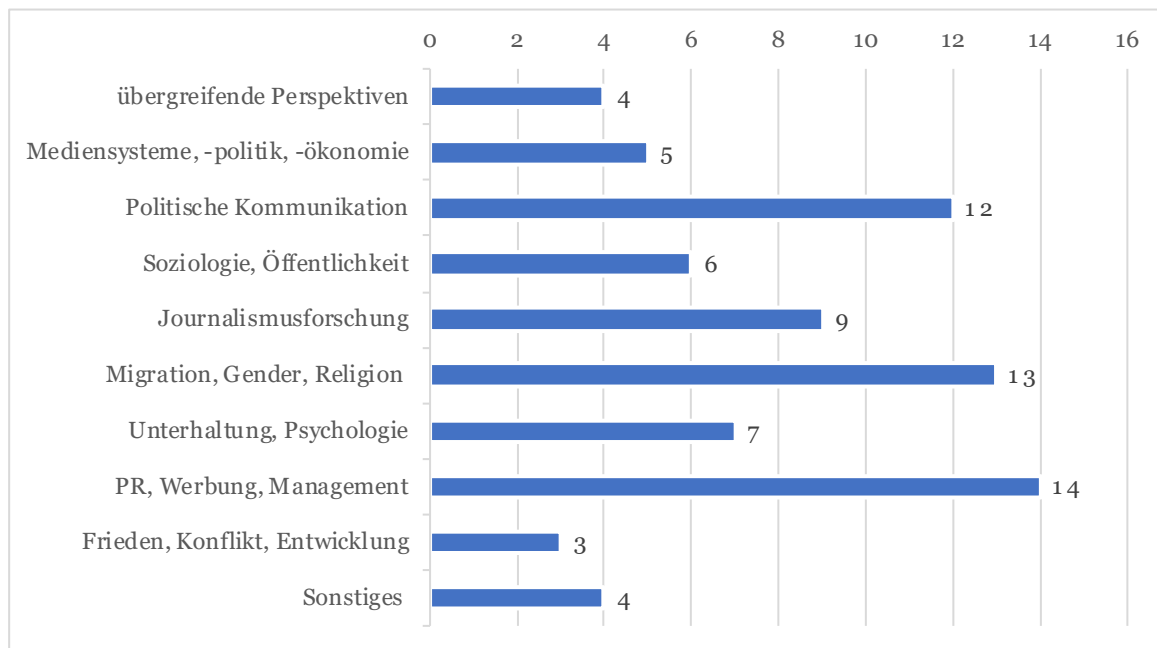
⁸ Die UdK Berlin und die Universität Köln konnten hier aufgrund fehlender Zugänge zum VVZ nicht berücksichtigt werden.

Lehrveranstaltungen, die vor allem an der TU Ilmenau, in Leipzig und an der LMU München mit ihren PR-fokussierten Studiengängen zu finden sind, aber auch vereinzelt in Bonn, der TU Braunschweig, der Viadrina Frankfurt/Oder und der BHU Weimar. Daneben gibt es neun Lehrveranstaltungen im Bereich Journalismus, vor allem an der LMU München, Leipzig und der JGU Mainz, aber auch in Bamberg, der FU Berlin, Erfurt und der WWU Münster. Im Spannungsfeld zwischen Journalismusforschung und politischer Kommunikation liegt das Feld der Friedens- und Konfliktforschung, das im Master auch an drei Standorten (BWU München, PU Marburg und Leipzig) mit je einer Veranstaltung bedient wird. Zu Fragen politischer Kommunikation sowie Mediensystemen bzw. Medienökonomie wird das breiteste Angebot gemacht mit insgesamt 17 Lehrveranstaltungen, wobei hier Aspekte der politischen Kommunikation gegenüber Mediensystem-Fragen deutlich überwiegen. Hierfür gibt es ein umfangreiches Angebot an der FU Berlin, in Erfurt und an der JGU Mainz, aber auch in Bonn, Leipzig, der LMU München, der TU Ilmenau und der PU Marburg. 13 Veranstaltungen beschäftigen sich mit Fragen von Medien- und kommunikativer Diversität im Bereich Migration und Gender, so an der FU Berlin, an der RU Bochum, an der TU Chemnitz, in Erfurt, Leipzig, der JGU Mainz und auch Rostock. Dazu kommen einige Kurse (7) im Bereich der Unterhaltungs-forschung, so in Bremen und Erfurt, aber auch an der RU Bochum und in Trier, wobei bei letzteren eher literaturwissenschaftliche Perspektiven fokussiert werden. Soziologische Perspektiven werden in sechs Veranstaltungen an der FU Berlin, in Bonn, an der TU Chemnitz, Erfurt und der TU Ilmenau im Kontext kosmopolitischer Kommunikation behandelt. Und schließlich gibt es noch sonstige Angebote wie etwa zu globaler Gesundheitskommunikation oder französischen Theorieansätzen an der WWU Münster, Erfurt, Duisburg-Essen und Bonn.

Übergreifende Kurse, die eine breitere Sichtung theoretischer Konzepte anbieten, gibt es nur vier in Erfurt, der LMU München und in Bremen – also an den Standorten, wo auch kosmopolitische Studienprogramme angeboten werden. Die Universität Erfurt ist der einzige Standort, an dem es ein Angebot gibt, das spezifisch in „Methodology of Global Media and Communication Research“ einführt.

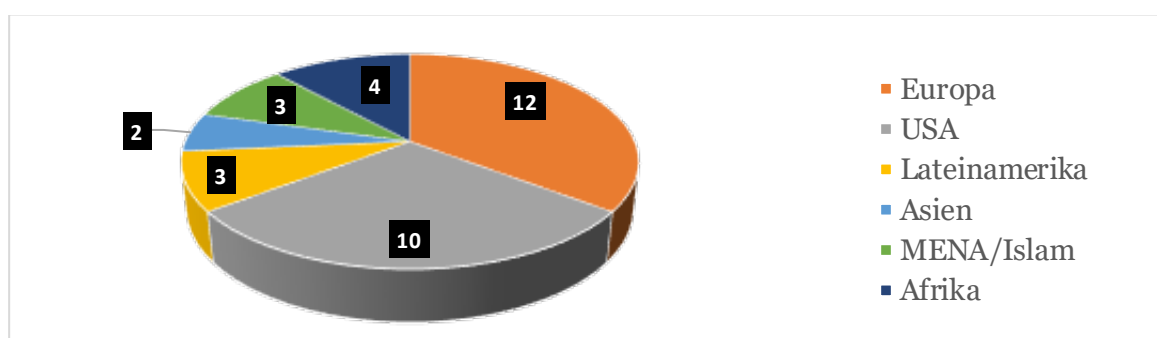
Insgesamt haben wir es also mit einem durchaus breit gefächerten thematischen Angebot an Lehrveranstaltungen zu tun. Dies kann aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass diese Breite nur an ganz wenigen Standorten wirklich gelebt wird, insbesondere in Erfurt, aber auch an der FU Berlin, der LMU München und der JGU Mainz. Dies korrespondiert wiederum mit den im ersten Teil festgestellten profes-soralen Strukturen und umfangreicheren Forschungsaktivitäten, die international(er) ausgerichtet sind als an anderen Standorten. An einigen Standorten lassen sich immerhin Fokus-Themenfelder ausmachen, die regelmäßig bespielt zu werden scheinen.

Abbildung 13: Inhaltliche Zuordnung der Lehrveranstaltungen auf Master-Level zu Themenfeldern (n=77, absolute Zahlen)



Wenn im Lehrveranstaltungskommentar oder im Titel auf bestimmte Länder oder Weltregionen hingewiesen wurde, dann wurde dies in die Kodierung mit aufgenommen. In insgesamt 24 Lehrveranstaltungen wurden Länder oder Regionen explizit benannt, darunter in etlichen Veranstaltungen mehrere Vergleichsregionen. Wie bereits bei den Bachelor-Programmen zu beobachten war, so ergibt sich eine deutliche Eurozentrierung: Von 34 konkreten geografischen Nennungen wurden zwölf Mal explizit Europa oder europäische Länder aufgerufen – dabei immerhin auch zwei Mal Osteuropa (FU Berlin, BHU Weimar) und acht Mal die USA. Immerhin vier Mal wurde Afrika bzw. ein Land auf dem Kontinent genannt (Bonn, TU Dortmund, TU Ilmenau, BWU München), jeweils drei Mal Lateinamerika (Bonn, zwei Mal in Erfurt) und die MENA-Region (zwei Mal in Erfurt, BWU München) und zwei Mal Asien oder ein Land auf diesem Kontinent (Bonn, Leipzig) (Abbildung 14). Der Eurozentrismus wird also weiterhin reproduziert und eine geografische Perspektivverweiterung erscheint erratisch.

Abbildung 14: Genannte Raumbezüge in Lehrveranstaltungsbeschreibungen der Master-Studiengänge (n=34, absolute Zahlen)



Insgesamt konnten wir (ob mit oder ohne internationalen Fokus) 167 **englischsprachige Lehrveranstaltungen**⁹ zählen, die in den untersuchten Master-Studienprogrammen mit KW-Bezug innerhalb eines Jahres angeboten wurden. Das erscheint insgesamt umfangreich, gerade wenn es darum geht, auch eine nicht-deutsche Studierendenschaft zur Perspektiverweiterung anzulocken. Allerdings lässt sich auch sagen, dass bei 38 untersuchten Universitäten 16 Standorte gar kein englischsprachiges Angebot machen. Von den restlichen 22 Standorten, die englischsprachige Lehre anbieten, offerieren acht nur jeweils ein bis drei Kurse im ganzen Jahr. Angebote im zweistelligen Bereich machen vor allem die TU Ilmenau (30), Bremen (22), Erfurt (18), die Viadrina Frankfurt/Oder (12) sowie die FU Berlin und Leipzig (jeweils 11). Die drei erstgenannten bieten jeweils einen kompletten englischsprachigen Master an – allerdings korrespondiert die formale Ausrichtung auf eine internationale Studierendenschaft nur im Fall der Universität Erfurt auch mit dezidiert international ausgerichteten Kursinhalten.

Zusammenfassung

Sowohl die Strukturhebung als auch die Durchsicht der Lehrprogramme zeigt, dass wir es in der deutschen Kommunikationswissenschaft weitgehend mit einer oberflächlichen statt einer „tiefen“ Internationalisierung zu tun haben. Internationalisierung ist zwar Teil des allgemeinen Selbstverständnisses und der Forschungsaktivitäten von über 60% der Professor:innen, aber Umfang, Regelmäßigkeit und tatsächliche kosmopolitische Orientierung variieren sehr stark. Gerade die eigene Forschungserfahrung und die angegangenen Forschungsprojekte beziehen sich in den meisten Fällen doch auf geografisch und kulturell naheliegende Räume. Dies diffundiert auch so in die Lehre – es wird kaum Wissen zu Kommunikations- und Medienphänomenen außerhalb eines eurozentrischen Horizonts vermittelt.

Das liegt sicherlich auch an einer sehr homogenen Professor:innenschaft was Herkunft und Ausbildung angeht. Hier ließe sich für mehr Diversität bei Einstellungen sorgen, was eine genuine Erweiterung von Raumbezügen mitbringen würde. Aber eine nicht-deutsche Herkunft allein sorgt nicht per se für Forschung mit kosmopolitischer Perspektive. Dies kann und sollte vor allem durch entsprechende Denominationen und damit der Verpflichtung zu internationaler Ausrichtung in Forschung und Lehre erreicht werden. Die Daten zeigen, dass sich an den Standorten, an denen entsprechende Denominationen vorhanden sind, sowohl Forschungsaktivitäten als auch Lehrveranstaltungen mit kosmopolitischer Ausrichtung erhöhen. Investitionen in eine stärkere und querschnitts-orientierte Institutionalisierung „tiefer Internationalisierung“ scheinen somit erfolgversprechend, um Ausbildung und Wissensproduktion mit internationalen und transkulturellen Perspektiven eine nachhaltige Entwicklungsperspektive zu geben.

⁹ In Marburg gab es ein Angebot von 33 englischsprachigen Kursen im Master, die aber ausschließlich literatur- und kulturwissenschaftliche Inhalte enthielten und deshalb hier nicht mit einberechnet wurden. Die UdK Berlin konnte nicht mit berücksichtigt werden aufgrund fehlender valider Informationen im VVZ.

Obwohl das Fach an vielen Standorten einen erheblichen Ausbau erfahren hat, ist hier seit der letzten Erhebung vor weit mehr als einem Jahrzehnt (Behmer & Wimmer, 2009) keine Verbesserung festzustellen. Das Angebot von Bachelor- und vor allem Master-Studiengängen wurde in der Kommunikationswissenschaft insgesamt wesentlich erweitert und diversifiziert, viele neue Professuren geschaffen, doch verlief dies nicht zugunsten einer Internationalisierung oder gar Kosmopolitisierung. Die Zahl international orientierter Lehrveranstaltung blieb nahezu unverändert niedrig, die Verankerung in den Curricula desiderat. Verschärft wird dieser Pauschalbefund noch dadurch, dass die (nur) drei dezidiert international ausgerichteten Bachelor-Studiengänge an Universitäten angeboten werden, die in der Landkarte der deutschen Kommunikationswissenschaft inhaltlich und vom Selbstverständnis resp. dem Stellenprofil der dort Forschenden und Lehrenden als randständig anzusehen sind (nämlich an der TU Chemnitz, der Universität Siegen und der Bauhaus-Universität Weimar). Die wenigen internationalen Master-Studiengänge an kommunikationswissenschaftlichen Instituten deutscher Universitäten sind wenig nachhaltig abgesichert und stehen und fallen meist mit persönlichen Initiativen. Das Leipziger Master-Programm „Global Mass Communication“ beispielsweise wurde mittlerweile ganz eingestellt.

Politisches und hochschulpolitisches Handeln ist erforderlich: Gerade die recht große Zahl an ausländischen Prädocs und Doktorand:innen, die sich mit kosmopolitischen Themen beschäftigen, zeigt, dass Interesse und ein gewisses Umdenken in der jüngeren Generation vorhanden sind. Auf der Postdoc-Ebene lässt sich dies bisher so nicht erkennen. Mit kosmopolitischen Themen bzw. nicht-westlichen Regionalfoki scheint man dort nur bedingt reüssieren zu können. Die Daten zeigen, dass es bisher einer dezidierten Förderung kosmopolitischer Personalstrukturen und Forschungsansätze durch einzelne Professor:innen bedarf, damit sich vermeintlich „exotischere“ Themen und Regionalbezüge verwirklichen lassen. Ändert sich hier nichts im Hinblick auf die Forschungsförderung und das Mindset der etablierten Professor:innen, wird die deutsche Kommunikationswissenschaft etliche global relevante und emergente Kommunikationsphänomene vermutlich (weiterhin) übersehen und ihre Analyse verpassen. Damit leidet nicht nur die deutsche Wissensproduktion, sondern auch die Attraktivität des Wissenschaftsstandorts.

Wir können mithin zwischen strukturellen Problemen auf dem Weg zu einer „tiefen Internationalisierung“ und einer noch unbefriedigenden Etablierung einer entsprechenden kosmopolitischen Wissenskultur in der Breite der deutschen Kommunikationswissenschaft unterscheiden. Die geringe Institutionalisierung ist dabei ein Problem, dass durch hochschulpolitische Maßnahmen unbedingt behoben werden müsste und gezielt behoben werden kann. Es gibt bisher zu wenige spezifische Denominationen, mit denen sich Institute und Fakultäten eine entsprechende Selbstverpflichtung zur kosmopolitischen Perspektivierung setzen würden. Dies spiegelt sich genauso bei den Studienprogrammen wider, wo auf BA-Level kaum und auf MA-Level wenig Module und Lehrveranstaltungen in dieser Richtung angeboten werden. Damit ist die Konsistenz einer international perspektivierten Ausbildung

nicht gegeben. Es ist klar, dass gerade kleinere Standorte nicht die Kapazitäten haben, dezidierte Studiengänge mit kosmopolitischer Ausrichtung aufzubauen. Ein konsequenterer Einbezug der Perspektiven in einzelne Module ist aber definitiv machbar.

Und hier sind wir beim Aspekt der Wissenskultur. Weder in Forschung noch in der Lehre scheint eine „tiefe Internationalisierung“ als wirkliches Querschnittskapital der deutschen Kommunikationswissenschaft verstanden zu werden. Die gegenwärtige Forschung in der deutschen Kommunikationswissenschaft ist ganz offensichtlich stark eurozentrisch, trotz einiger individueller Ausreißer mit (kollaborativer) Forschung in nicht-westlichen Ländern. Wir haben es letztlich mit massiven blinden Flecken in weiten Teilen Asiens, Afrikas und Lateinamerikas zu tun, an denen entweder Desinteresse besteht, gewisse Berührungängste aufgrund fehlender Expertise da sind oder es schlicht an Ressourcen mangelt. Hier ließen sich aber mit einer gezielten Personalpolitik der Förderung von Doktorand:innen und wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen Forschungshorizonte ausbauen und politisch und gesellschaftlich wichtige Regionen stärker in den Blick nehmen. Eine entsprechende Forschung kann die Wissenskultur ganzer Institute beeinflussen.

Eine kosmopolitische Wissenskultur kann auch durch die Neuperspektivierung verschiedener Themenfelder der Kommunikationswissenschaft erfolgen. Unsere Erhebung ergab, dass es bisher vor allem die Bereiche Journalismusforschung und Mediensystemforschung sind, in denen international (kollaborativ) gearbeitet wird. Gleichwohl kann eine kosmopolitische Perspektive vielen Themenfeldern neue Impulse bringen, ob in der Medienpädagogik, der Öffentlichkeitsforschung, der Unterhaltungsforschung oder der Werbeforschung, um nur einige zu nennen. In ersten Ansätzen zeigt sich, dass beispielsweise die Gesundheitskommunikation großes Potential hat, über den eurozentrischen Tellerrand hinauszuschauen und davon für die Konzeptentwicklung auch zu profitieren. Hier braucht es von den Forschenden mehr Mut, aber sicherlich auch von Förderinstitutionen entsprechend ausgeschriebene Formate, um den Weg hin zu einer kosmopolitischen Neuperspektivierung zu gehen und zu ermöglichen. Themenfelder, die genuin eine kosmopolitische Perspektivierung mit sich bringen wie Migrations- und Diversitätsforschung oder die Friedens- und Konfliktforschung sind im Zusammenhang mit kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen in der deutschen Forschungslandschaft noch zu marginal. Hier braucht es einen Ausbau – der sich zumindest auf Ebene des Mittelbaus schon andeutet.

Auch in der Lehre ist das Potential, das sich aus einer kosmopolitischen Perspektivierung und dem Einbezug anderer Weltregionen ergibt, bisher nur bedingt erkannt worden. Auf Bachelor-Ebene sind Module und Lehrveranstaltungen, die ein dezentriertes Denken ermöglichen, bisher kaum strukturell verankert. Es gibt nur einige wenige kultur- und medienwissenschaftlich orientierte Studienprogramme mit interkulturellen Ansätzen, bei denen kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen und Perspektiven eher beiläufig oder randständig zum Tragen kommen. Für

Studierende muss der erste Eindruck sein, dass es in der Kommunikationswissenschaft an Themen mangelt, die über nationale, europäische und amerikanische Grenzen hinausgehen. Aber auch auf Master-Level sieht es nicht viel besser aus. Häufig liegt es am guten Willen einzelner Dozent:innen, dass kosmopolitische Themen und nicht-westliche Raumbezüge gesetzt werden – und nicht an einer systematischen Forderung in den Studienordnungen und Modulhandbüchern. Eine Orientierung auf andere Weltregionen als Europa und die USA könnte von Vorteil sein und traditionelle Konzepte mit neuen und zeitgemäßen Perspektiven bereichern, denn die Welt ist heute polyzentrisch und vernetzt. Dies sollte in einer gezielten Förderung von Lehrpersonal mit entsprechendem Wissen und einer Verankerung in Modulhandbüchern einhergehen. Nicht zuletzt würden mit einer inhaltlichen Umorientierung auch neue Zielgruppen an exzellenten internationalen Studierenden und Wissenschaftler:innen angesprochen, die bisher in Deutschland nur geringe Optionen für eine international/kosmopolitisch orientierte Ausbildung und Forschung finden.

Schließlich wird auch in den Lehrprogrammen deutlich, dass – wenn überhaupt – einige Themenfelder deutlich mehr kosmopolitische Injektionen bekommen als andere. Gerade auf Bachelor-Level finden sich vor allem Mediensystemvergleich, auf Master-Level die PR-Forschung häufiger als international und vergleichende Lehrveranstaltungen wieder, während andere Felder kaum kosmopolitisch aufbereitet werden. So lassen sich beispielsweise Themenfelder wie Medienentwicklung oder die politische Ökonomie globalisierter Medien so gut wie gar nicht an deutschen kommunikationswissenschaftlichen Instituten studieren. Überraschend ist auch, dass die internationale Journalismusforschung, die in der Forschung gemäß der Selbstauskünfte dominant erscheint, kaum in die Lehre diffundiert. Zu Journalismus in Ländern des Globalen Südens finden sich leider nur sehr wenige bis gar keine Angebote. Es muss zur grundlegenden Aufgabe der Lehrprogramme werden, Studierende in allen Themenbereichen mit globalen Phänomenen und internationalen und transkulturellen Perspektiven vertraut zu machen. Lehrveranstaltungen zu Migration und Diversität werden vor allem in kultur- und medienwissenschaftlichen Programmen schon stärker angeboten. Dies sollte auch in die „klassische“ Kommunikationswissenschaft diffundieren.

Schließlich gilt es noch, mehr transdisziplinäre Ansätze zu wagen. Wenn ein Paradigmenwechsel in der Kommunikationswissenschaft erfolgen soll, dann ist ein transdisziplinärer Austausch mit anderen Fächern wie der Soziologie, der Politikwissenschaft, den Kulturwissenschaften und auch den Area Studies hilfreich. Einige Studiengänge zeigen bereits, dass dies eine Option ist, um sich kosmopolitisch zu öffnen und stärker aufzustellen.

Erwähnt seien abschließend einige Grenzen der hier referierten Studie. Deutlich wurde bereits bei der Bestimmung der Grundgesamtheit, dass es anhaltend schwierig ist, das Feld einschlägiger Institute und Studiengänge eindeutig zu bestimmen. Die Fachgrenzen der Kommunikationswissenschaft sind indifferent, die (auch

gegenüber ausländischen Fachkolleg:innen teils schwer vermittelbare) Grenzen gerade zur Medienwissenschaft sind oft nicht klar zu ziehen. Diese generelle Problematik gilt insbesondere für einen Bereich, der wesentlich auch kulturwissenschaftlich zu verorten ist – wie eben transkulturelle und kosmopolitische Fragestellungen. Weiter ist festzustellen, dass die obigen Angaben wesentlich auf Selbstauskünfte auf Grundlage eines auf rein quantitativer Auswertung hin angelegten Fragebogens beruhen, ergänzt um eine Auswertung von Informationen auf Websites, bezogen auf die Denomination von Professuren, die Titel von Publikationen und die Benennungen und Texte von Lehrveranstaltungen. Falschzuordnungen sind hier nicht ausgeschlossen; über konkrete Inhalte einzelner Publikationen und Seminare lassen sich kaum differenzierte Aussagen treffen.

Sinnvoll ergänzt werden könnte die Studie durch eingehendere Analysen einzelner Kursprogramme, erweitert etwa um eine Befragung der Dozierenden und/oder der Studierenden sowie ggf. teilnehmende Beobachtungen. So ließe sich ermitteln, welche Inhalte etwa in den dezidiert international angelegten Studiengängen vermittelt werden – und wo es dort Schwerpunkte und mögliche „blinde Flecken“ gibt. Ergänzt werden könnte dies durch eine Befragung etwa der Absolvent:innen der (wenigen) einschlägigen Studiengänge, bezogen zum ersten auf ihre Motivation, genau diese internationalen Studiengänge zu belegen, zum zweiten auf Erfahrungen in und die Zufriedenheit mit den Programmen, zum dritten auf den Berufseinstieg, speziell ob die Studieninhalte dafür förderlich beziehungsweise nützlich sind oder waren.

So ließen sich auch – ausgehend vom Status Quo und in Verbindung mit aus der Theorie zu kosmopolitischer Medien- und Kommunikationsforschung wie auch bestehenden Modellkonzepten entwickelten Überlegungen – „Benchmarks“ für kosmopolitische Lehrkonzepte entwickeln. Derartige qualitative Forschung wäre jedoch mit großem Aufwand verbunden; ein Verbundprojekt wäre sehr wünschenswert.

Aktuell wäre es sinnvoll, die auf Deutschland bezogene Studie mindestens auf Österreich und die Schweiz auszudehnen und ferner auch auf andere Staaten, um einschätzen zu können, ob die festgestellten strukturellen Probleme und inhaltlichen Desiderata Spezifika der deutschen Kommunikationswissenschaft sind und um gegebenenfalls in Orientierung an ausländischen Vorbildern Programme oder Strategien entwickeln zu können, um die deutsche Forschungs- und Ausbildungslandschaft zu stärken. Der Status kosmopolitischer Kommunikationswissenschaft sollte unbedingt transnational vergleichend erforscht werden, wie die Zusammenarbeit über Grenzen hinweg ohnehin essentieller Bestandteil internationaler Kommunikationsforschung ist oder sein muss.

Exkurs: Hochschulen für angewandte Wissenschaften (HAWs)¹⁰

Die oben aufgeführten Ergebnisse umfassen zwar alle deutschen Universitäten nicht aber die Hochschulen für angewandte Wissenschaften (HAWs)¹¹. Grund dafür ist vor allem die unterschiedliche strukturelle Konstitution der HAWs, die sich mit den angewandten Instrumenten der Befragung und Publikationsanalysen nur schwer vergleichend einfangen ließ. Zudem war es in einer sehr großen Zahl von Fällen nicht möglich, die Studienangebote zu erfassen, weil Modulhandbücher, Studienordnungen oder VVZ häufig nicht frei zugänglich waren. Durch diese Begrenzung wird allerdings zwangsläufig nur ein Ausschnitt der deutschen Lehr- und Forschungslandschaft abgebildet. Im folgenden Exkurs soll deshalb exemplarisch auf die Forschungsstruktur und die Lehrprogramme an HAWs im Hinblick auf ihre „tiefe Internationalisierung“ eingegangen werden.

Besonderheiten der HAWs

Die Hochschulen für angewandte Wissenschaften haben im Vergleich zu Universitäten einen stärkeren Fokus auf praxisbezogene Bildung und Forschung. Für Professor:innen an HAWs ist eine mindestens dreijährige Berufserfahrung außerhalb des Hochschulkontextes eine zentrale Einstellungsvoraussetzung. Durch ihre oftmals einschlägige Berufserfahrung haben sie enge Kontakte zu externen Institutionen sowie Unternehmen. Zugleich ist die Arbeitsrealität geprägt von einer hohen Lehrbelastung (i.d.R. 18 SWS), die weniger Zeit für Forschung lässt im Vergleich zu Universitätsprofessor:innen. Angewandte Forschung an den HAWs findet deshalb häufiger im kleineren Rahmen statt beispielsweise in Form von Lehrforschungsprojekten und bezieht externe (Medien-)Institutionen und Unternehmen mit ein. Somit ist Forschung häufig lokaler, kleinteiliger und praxisorientierter.

HAWs haben in der Regel kein eigenes Personalbudget für wissenschaftliche Mitarbeitende wie beispielsweise Doktorand:innen. Deshalb mangelt es auch an ausreichendem Lehr- und Forschungspersonal, das bei der Erstellung von Förderanträgen unterstützen und entlasten könnte. In nur wenigen Bundesländern haben HAWs das Recht zur eigenständigen Promotion, wie beispielsweise in Nordrhein-Westfalen oder Hessen. Die Bedingungen sind jedoch komplex, oft ist dies nur in Zusammenarbeit mit einer Universität oder einem Graduiertenkolleg möglich, was für Professor:innen eine erneute „Zugangshürde“ zu Personal und Forschung bedeutet.

Aufgrund der niedrigeren Forschungsförderung und da der Fokus der HAWs stärker auf angewandter Forschung liegt, fällt auch das Publikationsaufkommen deutlich geringer aus als an Universitäten. HAWs nehmen lediglich einen Anteil von zwei Prozent am gesamten Publikationsaufkommen innerhalb der deutschen Hochschullandschaft ein (DFG, 2020, S. 23). Es liegt auf der Hand, dass dies nicht aus Mangel

¹⁰ Wir danken Melina Guebbas (TH Köln) für die Mitarbeit an diesem Kapitel.

¹¹ Diese Bezeichnung wird als Sammelbegriff verwendet für Fachhochschulen (FH), Technische Hochschulen, Hochschulen, u.ä.

an Themen oder Engagement resultiert, sondern aus den deutlich anderen Lehr- und Forschungsbedingungen an HAWs.

Diese Besonderheiten stellten für unsere Studie Limitationen dar. Wir hatten insgesamt 20 staatliche und private HAWs selektiert, an denen kommunikationswissenschaftliche Programme angeboten werden. Es wurden im Herbst 2021 an diesen HAWs 132 Professor:innen identifiziert und per E-Mail gebeten, den Fragebogen zu ihren internationalen Forschungsaktivitäten sowie Personalstrukturen auszufüllen. Der Fragebogen wurde von lediglich 19 HAW-Professor:innen vollständig beantwortet. Die Quote von 14% war nicht zufriedenstellend, was aber auch damit zusammenhing, dass diese Professor:innen ihre Realitäten an HAWs in dem Fragebogen nur bedingt abgebildet fühlten. Auch die Recherche nach Publikationslisten war in vielen Fällen ergebnislos oder unbefriedigend, so dass die Studie zu Universitäten nicht parallelisiert werden konnte. Vor dem Hintergrund der geschilderten Spezifika sollen aber exemplarisch aus den 19 vollständig beantworteten Fragebögen einige Schlüsse im Hinblick auf kosmopolitische Perspektiven gezogen werden sowie die Beobachtungen zu den untersuchten Studienprogrammen vorgestellt werden.

Zu 1: Personal- und Forschungsstrukturen an HAWs

Insgesamt gaben 15 von 19 Befragten an, einen kosmopolitischen Forschungsschwerpunkt zu haben. Nur zwei der Befragten haben auch eine entsprechende Denomination („transkulturell“ bzw. „international“), die auf solch einen Forschungsschwerpunkt verweist. In der Grundgesamtheit trugen insgesamt nur drei Professuren von 132 eine solche Denomination. Generell sind Denominationen an den HAWs häufig auf Anwendungsbereiche zugeschnitten (bspw. „Journalismus“, „Multimedia“), die damit keine dezidierte Verpflichtung zum Einbezug kosmopolitischer Perspektiven mitbringen und auch keine solche Erwartungshaltung erzeugen. Trotzdem gibt es offensichtlich Interesse an kosmopolitischer Forschung.

Tabelle 8: Kosmopolitische Forschungsperspektiven von HAW-Professor:innen (n=15)

Forschungsinteressen	n= 15 Professor:innen (Mehrfachnennungen möglich)
Regionalschwerpunkt	2
International vergleichend	9
Transnational	9
Transkulturell in Deutschland	5
Interkulturell vergleichend	0

In Tabelle 8 wird erkennbar, dass neun HAW-Professor:innen ein Interesse an einer international vergleichenden und auch an transnationaler Kommunikationswissenschaft mitbringen. Auch transkulturelle Themenfelder innerhalb Deutschlands wie beispielsweise die Beschäftigung mit Themen u.a. entlang der medialen Repräsentation und Partizipation Zugewanderter, kultureller Minderheiten oder Religionsgruppen ist für fünf Professor:innen von Bedeutung. Zudem gaben zwei Professor:innen an, einen Regionalschwerpunkt zu fokussieren. Auffallend ist, dass keine:r der Professor:innen einen interkulturell vergleichenden Ansatz nannte.

Auf die Frage nach eigenen Forschungserfahrungen außerhalb Deutschlands gaben alle 15 befragten international interessierten HAW-Professor:innen eins oder mehrere Länder an. Nichtsdestotrotz sind auch hier eurozentrische Limitationen erkennbar. So beziehen sich von 32 Nennungen 20 auf den „Westen“, immerhin vier aber auch auf Lateinamerika, fünf auf Asien (u.a. mit Iran, Nepal und Bhutan) und eine auf Afrika. Ähnlich wie auch der Befund für die Universitäten zeichnet sich eine deutliche West/Nord-Zentrierung und damit keine erkennbare „tiefe Internationalisierung“ im Hinblick auf Raumbezüge zum Globalen Süden ab, wenngleich hier Potential bei einzelnen Personen zu erkennen ist. Allerdings können offensichtlich diese selbst gemachten Erfahrungen nur bedingt in Forschungsprojekte münden, was vermutlich mit den strukturellen Bedingungen an den HAWs zu tun hat. Nur neun der 19 Befragten gaben an, kosmopolitisch orientierte Forschungsprojekte durchgeführt zu haben. Diese sind dann aber auch in den Regionen angesiedelt, in denen sich die Befragten bereits auskennen, neben Europa eben bei fünf Befragten auch in Afrika, Südkorea, der Karibik oder Nepal. Hier ist es offensichtlich ein besonderes Interesse an einer Region, das die Kolleg:innen antreibt und sie strukturelle Hürden überwinden lässt. Die Befragten gaben auch an, ihre kosmopolitischen Interessen und Raumbezüge in die Lehre diffundieren zu lassen – die Lehrprogramme sehen dafür aber nur bedingt konkrete Module vor, wie sich im nächsten Teil zeigen wird.

Ganz deutlich treten die Spezifika der HAWs bei der Frage nach Beschäftigten zu Tage: nur eine der 19 Professor:innen beschäftigt überhaupt einen Prädoc und hat Doktorand:innen, die sich mit internationalen Themen auseinandersetzen.

Zu 2: Studienprogramme an HAWs

Auch die Studienprogramme an HAWs sollten in das Mapping mit einbezogen werden, gerade weil sie sich wachsender Beliebtheit erfreuen. Während seit dem Jahr 2000 die Zuwachsraten Studierender an HAWs um über 140% auf aktuell rund 1,1 Millionen eingeschriebene Studierende gestiegen sind, konnten Universitäten lediglich einen Zuwachs von ca. 45% auf derzeit 1,8 Millionen verbuchen (Statistisches Bundesamt, 2022, S. 10-11). Im Wintersemester 2021/22 waren an den HAWs beispielsweise 8887 Studierende im Bereich Kommunikationswissenschaft eingeschrieben, in weiteren medienwissenschaftlichen Studiengängen an HAWs (ohne wirtschaftliche Bezüge) insgesamt 1590 Studierende (Statistisches Bundesamt,

2022, S. 157 und 153). Aufgrund dieser Relevanz stellt sich in Bezug auf die vielen Medien-bezogenen Studiengänge an HAWs die Frage, ob und wie kosmopolitische Perspektiven in die Lehre diffundieren.

Leider sind viele VVZ, Modulhandbücher und Studienordnungen nicht frei einsehbar und nur den Studierenden dieser Programme zugänglich. Wir hatten ursprünglich 22 BA-Programme und 21 MA-Programme an 13 Standorten identifiziert, allerdings konnten nur an sechs Standorten vollständige Erhebungen durchgeführt werden. Deshalb konnte keine valide vergleichende Studie wie bei den Universitäten erstellt werden. Nichtsdestotrotz ließen sich exemplarisch einige Eindrücke gewinnen.

Herausgehoben werden können die TH Köln mit ihrem BA „Mehrsprachige Kommunikation“ und dem MA „Internationales Management und Interkulturelle Kommunikation“, die Hochschule Magdeburg-Stendal mit dem BA „Language and Communication in Organizations“ sowie die Hochschule Darmstadt mit dem MA „International Media Cultural Work“, die also interdisziplinär angelegte Studiengänge betreiben, die einen kosmopolitischen Anspruch zu bedienen scheinen. Gerade aber weil hier ein stark interdisziplinärer Anspruch vorliegt, lassen sich in all diesen Studiengängen nur einige Module und Lehrveranstaltungen dezidiert der Kommunikationswissenschaft zurechnen. In der Regel haben diese einen kulturwissenschaftlichen Fokus, beispielsweise zu Medien und Migration, Diversität oder Identitätsfragen bzw. zu Fragen der Friedens- und Konfliktforschung. Gerade deshalb bietet sich hier eine große Chance für den Einbezug von kosmopolitischen Perspektiven und eben einer „tiefen Internationalisierung“.

Neben diesen interdisziplinär angelegten Studiengängen gibt es zumeist solche, die Praxisfelder in den Blick nehmen wie „Online-Journalismus“ oder „Crossmedia Publishing & Management“. Ähnlich wie bei den Universitäten festgestellt, gibt es hier allenfalls sporadisch explizit gelabelte Module wie „Intercultural Communication“ an der Macromedia Hochschule oder „International Market Communications“ an der WH Gelsenkirchen oder „Mediensysteme“ an der HdM Stuttgart, die kosmopolitische Inhalte aufweisen können. Manchmal gibt es auch sehr allgemeine Modultitel wie „Internationales Projekt“ an der Jade-Hochschule Wilhelmshaven. Da es außerhalb der oben identifizierten Studiengänge an expliziten Modulen mangelt, ist denn auch die kosmopolitische Ausrichtung einzelner Lehrveranstaltungen häufig den Interessen einzelner Lehrender geschuldet, deren Themen je Semester wechseln und nicht unbedingt den Modulhandbüchern zu entnehmen sind. In etlichen Fällen bezieht sich das Verständnis der Internationalisierung auch lediglich auf die Integration eines Auslandssemesters oder das Angebot von englisch-sprachigen Lehrveranstaltungen.

Ähnlich wie bei den Universitäten lässt sich außerdem beobachten, dass die Lehrveranstaltungen mit explizit internationaler oder transkultureller Ausrichtung überwiegend auf westliche Regionen wie Europa und die USA ausgerichtet sind.

Ausnahmen stellen hierbei zwei Hochschulen dar: die Jade-Hochschule Wilhelms-
haven, die einen regionalen Bezugspunkt auf Nepal und Bhutan anbietet, wenn auch
unregelmäßig, auf einer Einzelinitiative basierend und nicht strukturell im Curricu-
lum verankert. Zum anderen die TH Köln, die den franko- sowie hispanophonen
Kulturraum als transkulturelle Ausrichtung integriert.

Schlussfolgerungen

Der vorliegende Exkurs (bei aller vorsichtigen Interpretation aufgrund des kleinen
Samples und der wenigen auswertbaren Studienprogramme) deutet darauf hin,
dass, wie die Universitäten, so auch die Hochschulen für angewandte Wissenschaf-
ten eher von einer oberflächlichen als einer „tiefen“ Internationalisierung gekenn-
zeichnet sind. Zudem zeigt sich, dass das Verständnis von Internationalisierung
weitgehend eurozentrisch geprägt ist. Zugleich gäbe es großes Potential für den Ein-
bezug kosmopolitischer Perspektiven. Wenngleich internationale Forschungsaktivi-
täten aufgrund der strukturellen Anlage der HAWs in ihrer Breite limitierter sind
als bei Universitäten, so ist insbesondere die Lehre ein wichtiger Entwicklungsraum
für eine „tiefe Internationalisierung“. Gerade der Fokus auf Interdisziplinarität in
einigen Studiengängen böte gute Ansätze dafür. Die vorliegenden Befunde können
Anlass sein für eine tiefergehende Analyse der Strukturen und Programme der
HAWs als es hier machbar war, aber vor allem Anreiz bieten, über die Möglichkeiten
der kosmopolitischen Ausrichtung als Zukunftskonzept zu reflektieren und dies als
ein Alleinstellungsmerkmal in der grundständigen Ausbildung von Studienpro-
grammen der HAWs stärker zu implementieren.

Literatur

- Albuquerque, A. de. (2021). The institutional basis of anglophone western centrality. *Media, Culture & Society*, 43(1), 180–188. <https://doi.org/10.1177/0163443720957893>
- Badr, H., Behmer, M., Fengler, S., Fiedler, A., Grüne, A., Hafez, K., Hahn, O., Hamidi, K., Hanitzsch, T., Horz, C., Illg, B., Litvinenko, A., Löffelholz, A., Radue, M., Richter, C., Thomaß, B., & Töpfl, F. (2020). Kosmopolitische Kommunikationswissenschaft: Plädoyer für eine „tiefe Internationalisierung“ des Fachs in Deutschland. *Publizistik*, 65(3), 295–303. <https://doi.org/10.1007/s11616-020-00576-6>
- Behmer, M. & Wimmer, J. (2009). Mehr Schein als Sein? Internationale und interkulturelle Kommunikation als Themen kommunikationswissenschaftlicher Lehre. *Communicatio Socialis*, 42(4), 405–419.
- Bilandzic, H., Lauf, E., & Hartmann, T. (2004). *How to go international. DGPUK-Wegweiser zu internationalen Tagungen und Fachzeitschriften in der Kommunikationswissenschaft*. DGPUK.
- Calvente, L. B. Y., Calafell, B. M., & Chávez, K. R. (2020). Here is Something You Can't Understand: The Suffocating Whiteness of Communication Studies. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 17(2), 202–209. <https://doi.org/10.1080/14791420.2020.1770823>
- Chakravartty, P., Kuo, R., Grubbs, V., & McIlwain, C. (2018). #CommunicationSoWhite. *Journal of Communication*, 68(2), 254–266. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy003>
- Demeter, M. & Goyanes, M. (2021). A world-systemic analysis of knowledge production in international communication and media studies: the epistemic hierarchy of research approaches. *The Journal of International Communication*, 27(1), 38–58. <https://doi.org/10.1080/13216597.2020.1817121>
- DFG – Deutsche Forschungsgemeinschaft. (2020). *Forschungs- und Drittmittelaktivitäten von Fachhochschulen / Hochschulen für angewandte Wissenschaften – Entwicklung in den Jahren 2010 bis 2019*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4498106>
- Dutta, M. J. (2022). De-centering the whiteness of applied communication research: some editorial strategies. *Journal of Applied Communication Research*, 50(2), 109–110. <https://doi.org/10.1080/00909882.2022.2052627>
- Eberwein, T. & Pöttker, H. (2006). Die Entwicklung des publizistik- und kommunikationswissenschaftlichen Buchmarkts in der Bundesrepublik Deutschland: Ein Versuch anhand des Rezensionsteils der 'Publizistik'. In C. Holtz-Bacha, A. Kutsch, W. R. Langenbucher, & K. Schönbach (Hrsg.), *Fünfzig Jahre Publizistik* (S. 47–92). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ekdale, B., Biddle, K., Tully, M., Asuman, M., & Rinaldi, A. (2022). Global disparities in knowledge production within journalism studies: Are special issues the answer? *Journalism Studies*, 23(15), 1942–1961. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2123846>
- Freelon, D., Pruden, M. L., & Malmer, D. (2023). #politicalcommunicationsowhite: Race and Politics in Nine Communication Journals, 1991–2021. *Political Communication*, online first <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2192187>
- Fröhlich, R. (2006). Internationalität. In C. Holtz-Bacha, A. Kutsch, W. R. Langenbucher, & K. Schönbach (Hrsg.), *Fünfzig Jahre Publizistik* (S. 276–289). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gardner, P. M. (2018). Diversifying ICA: Identity, Difference, and the Politics of Transformation. *Journal of Communication*, 68(5), 831–841. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy050>
- Goyanes, M. (2020). Editorial boards in communication sciences journals: Plurality or standardization? *International Communication Gazette*, 82(4), 342–364. <https://doi.org/10.1177/1748048518825322>
- Hafez, K. (Hrsg.). (2002a). *Die Zukunft der internationalen Kommunikationswissenschaft in Deutschland*. Deutsches Übersee-Institut.
- Hafez, K. (2002b). International vergleichende Medienforschung: Eine unterentwickelte Forschungsdimension. In K. Hafez (Hrsg.), *Die Zukunft der internationalen Kommunikationswissenschaft in Deutschland* (S. 59–64). Deutsches Übersee-Institut.
- Hanitzsch, T. & Altmepfen, K.-D. (2007). Über das Vergleichen: Komparative Forschung in

- deutschen kommunikationswissenschaftlichen Fachzeitschriften 1948-2006. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 55(2), 185-203.
- Koivisto, J. & Thomas, P. (2007, Juni). *Mapping Communication and Media Research: Germany*. Communication Research Center, University of Helsinki, Department of Communication. https://www.academia.edu/27122517/Mapping_communication_and_media_research_Germany
- Mutsvairo, B., Borges-Rey, E., Bebawi, S., Márquez-Ramírez, M., Mellado, C., Mabweazara, H. M., Demeter, M., Głowacki, M., Badr, H., & Thussu, D. (2021). Ontologies of Journalism in the Global South. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(4), 996–1016. <https://doi.org/10.1177/10776990211048883>
- Shome, R. (2019). When Postcolonial Studies Interrupts Media Studies. *Communication, Culture and Critique*, 12(3), 305–322. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz020>
- Statistisches Bundesamt. (2022). *Studierende an Hochschulen – Wintersemester 2021/2022*. Fachserie 11, Reihe 4.1. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Hochschulen/Publikationen/Downloads-Hochschulen/studierende-hochschulen-endg-2110410227004.pdf?__blob=publicationFile
- Suzina, A. C. (2021). English as lingua franca. Or the sterilisation of scientific work. *Media, Culture & Society*, 43(1), 171–179. <https://doi.org/10.1177/0163443720957906>
- Wang, G. (Hrsg.) (2011). *De-westernizing communication research: Altering questions and changing frameworks*. Routledge.
- Wasserman, H. (2020). Moving from diversity to transformation in communication scholarship. *Annals of the International Communication Association*, 44(1), 1-3. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1706429>
- Willems, W. (2014). Provincializing hegemonic histories of media and communication studies: Toward a genealogy of epistemic resistance in Africa. *Communication Theory*, 24(4), 415–434. <https://doi.org/10.1111/comt.12043>
- Wissenschaftsrat. (2007). *Empfehlungen des Wissenschaftsrats zur Weiterentwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaften in Deutschland*. https://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/7901-07.pdf?__blob=publicationFile&v=1.

Anhang I: Professuren mit Prädocs, Postdocs und Doktorand:innen, die zu kosmopolitischen Themen arbeiten

Nr. Prof	Internationale Forschungsprojekte?*	Anzahl kosmo-Prädocs **	davon ausländische Prädocs	Anzahl der Doktorand:innen***	Anzahl kosmo-Postdocs **	davon ausländische Postdocs	Anzahl Prä + Post + Mittelwert Dok ****
1	ja	1			1		2
2	ja	1			1		2
3	nein	1			1		2
4	ja	1	1	1 bis 3	1	1	4
5	ja	1	1	1 bis 3	1		4
6	nein	1					1
7	ja	1					1
8	ja	1		1 bis 3			3
9	ja	2			1	1	3
10	ja	2	1	1 bis 3	2	1	6
11	ja	2		1 bis 3	2	1	6
12	ja	2		1 bis 3	2		6
13	ja	2		4 bis 6	3	1	10
14	ja	2	1	7 bis 10	6	2	16
15	ja	2					2
16	ja	2	1	1 bis 3			4
17	ja	2	2	1 bis 3			4
18	ja	2		1 bis 3			4
19	ja	2	2	4 bis 6			7
20	ja	3			1	1	4
21	ja	3	3	4 bis 6	1	1	9
22	nein	3					3
23	ja	3		4 bis 6			8
24	ja	5	5	4 bis 6	1	1	11
25	ja	5	2				5
26	ja	7	3	4 bis 6	2	1	14
27	ja	10	3	4 bis 6	2		17
28	ja				1	1	1
29	ja				1		1
30	ja			1 bis 3	1		3
31	ja				2	1	2
32	ja				2		2
33	ja			1 bis 3	2	1	4
34	ja			1 bis 3	3	1	5
35	nein			1 bis 3			2
36	ja			1 bis 3			2
37	ja			1 bis 3			2
38	ja			1 bis 3			2
39	ja			1 bis 3			2
40	ja			mehr als 10			11
		69	25		40	15	158

*Professor:in hatte im Fragebogen angegeben, dass er/sie in den letzten 5 Jahren internationale Forschungsprojekte durchgeführt hat

** hier wurde nach der Anzahl *angestellter* (also als WiMi beschäftigter) Prä- oder Postdocs gefragt, die dezidiert zu kosmopolitischen Themen arbeiten

*** als Doktorand:innen wurden alle *nicht angestellten* Prädocs gezählt, die unter der Verantwortung des/der Professors/in zu kosmopolitischen Themen promovieren (in Gruppengrößen abgefragt: 1-3, 4-6, 7-10, > 10).

**** Hier wurde die Summe aus den angestellten WiMIs und einem Mittelwert der Doktorand:innen gebildet (da hier nur Gruppengrößen erhoben wurden), um eine Gesamtmenge an Nachwuchswissenschaftler:innen je Professur angeben zu können, die zu kosmopolitischen Themen arbeiten.

Anhang II: Liste der untersuchten Universitäten und Studienprogramme

	Grundgesamtheit (Standorte der angeschriebenen Professor:innen)	Standorte der unter- suchten Publikations- listen	Unter- suchte Lehrpro- gramme	Untersuchte BA Angebote	Untersuchte MA Angebote
1	Universität Augsburg	x	x	BA Medien und Kommunikation	MA Medien und Kommunikation
2	Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf		x	BA Medienkultur	
3	Universität Bamberg	x	x	BA Kommunikations- wissenschaft	MA Kommunikations- wissenschaft
4	Freie Universität Berlin (FU)	x	x	BA Publizistik- und Kommunikations- wissenschaft	MA Medien und politische Kommunikation MA Publizistik- und Kommunikations- wissenschaft
5	Universität der Künste Berlin (UdK)		x (nur einge- schränkt kodierbar)	BA Gesellschafts- und Wirtschaftskom- munikation	MA Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation
6	Ruhr-Universität Bochum (RUB)		x	BA Medienwissenschaft	MA Medienwissenschaft
7	Universität Bonn	x	x	BA Medienwissenschaft	MA Medienwissenschaft
8	Technische Universität Braunschweig	x	x	BA Medienwissenschaft	MA Medientechnik und Kommunikation
9	Universität Bremen	x	x	BA Kommunikations- und Medienwissenschaft	MA Digital Media and Society MA Medienkultur und Globalisierung
10	Technische Universität Chemnitz	x	x	BA Medienkommunikation BA Informatik und Kommunikations- wissenschaft BA Interkulturelle Kommunikation	MA Digitale Medien- und Kommunikationskulturen MA Medien- und Instruktionspsychologie MA Interkulturelle Kommunikation - Interkulturelle Kompetenz
11	Technische Universität Dortmund	x	x	BA Journalistik BA Wirtschaftspolitischer Journalismus BA Wissenschafts- journalismus BA Musikjournalismus	MA Journalistik MA Wirtschaftspolitischer Journalismus MA Wissenschafts- journalismus MA Musikjournalismus
12	Technische Universität Dresden	x	x	BA Medienforschung	MA Angewandte Medienforschung
13	Universität Duisburg-Essen		x	BA Kommunikations- wissenschaft	MA Kommunikations- wissenschaft
14	Heinrich-Heine- Universität Düsseldorf (HHU)	x	x	BA Sozialwissenschaften mit Kommunikations- wissenschaft	MA Politische Kommunikation
15	Katholische Universität Eichstätt- Ingolstadt (KU)	x	x	BA Journalistik	MA Journalistik mit Schwerpunkt Innovation und Management
16	Universität Erfurt	x	x	BA Kommunikations- wissenschaft	MA Gesundheits- kommunikation MA Global Communication: Politics and Society MA Kinder- und Jugendmedien

17	Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg	x			
18	Viadrina Universität Frankfurt/Oder		x		MA Sprache - Medien - Gesellschaft
19	Zeppelin Universität Friedrichshafen (ZU)	x	x	BA Communication, Culture & Management	MA Arts, Media & the Creative Industries
20	Universität Greifswald	x	x	BA Kommunikationswissenschaft	MA Organisationskommunikation MA Sprache und Kommunikation
21	Universität Hamburg (inkl. Hans-Bredow-Institut)	x	x	BA Medien- und Kommunikationswissenschaft	MA Medienwissenschaft
22	Universität Hohenheim	x	x	BA Kommunikationswissenschaft	MA Kommunikationsmanagement und -analyse
23	Technische Universität Ilmenau	x	x	BA Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft	MA Media and Communication Science
24	Friedrich-Schiller-Universität Jena	x	x	BA Kommunikationswissenschaft	MA Politische Kommunikation
25	Karlsruher Institut für Technologie	x	x	BA Wissen – Medien – Kommunikation	MA Wissen – Medien – Kommunikation
26	Universität Koblenz-Landau	x	x	BA Sozial- und Kommunikationswissenschaften	MA Sozial- und Kommunikationswissenschaften
27	Universität zu Köln		x (nur eingeschränkt kodierbar)	BA Medienwissenschaft	MA Medienwissenschaft MA Interkulturelle Kommunikation und Bildung
28	Universität Leipzig	x	x	BA Kommunikations- und Medienwissenschaft	MA Kommunikations- und Medienwissenschaft MA Communication Management MA Journalismus MA Global Mass Communication
29	Leuphana Universität Lüneburg				
30	Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU)	x	x	BA Publizistik	MA Kommunikation MA Journalismus MA Transnationaler Journalismus
31	Universität Mannheim	x	x	BA Medien- und Kommunikationswissenschaft BA Kultur und Wirtschaft MKW	MA Medien- und Kommunikationswissenschaft: Digitale Kommunikation MA Kultur und Wirtschaft MKW
32	Philipps-Universität Marburg		x	BA Medienwissenschaft	MA Medien und kulturelle Praxis
33	Universität der Bundeswehr München	x	x	BA Management und Medien	MA Management und Medien
34	Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU)	x	x	BA Kommunikationswissenschaft	MA Kommunikationswissenschaft MA Internationale Public Relations MA Journalismus MA Journalism, Media & Globalisation
35	Westfälische Wilhelms-Universität Münster (WWU)	x	x	BA Kommunikationswissenschaft	MA Kommunikationswissenschaft MA Strategische Kommunikation

36	Universität Passau	x	x	BA Journalistik und Strategische Kommunikation BA Medien und Kommunikation	MA Kommunikation in der digitalen Gesellschaft MA Medien und Kommunikation
37	Universität Rostock	x	x	BA Kommunikations- und Medienwissenschaft	MA Kommunikations- und Medienwissenschaft
38	Universität Siegen		x	BA Europäische Wirtschaftskommunikation - Langues, communication et commerce europeens BA Literatur, Kultur, Medien BA Medien und Kommunikation BA Medienwissenschaft	MA Medienkultur
39	Universität Trier	x	x	BA Medien- und Kommunikationswissenschaft	MA Medienwissenschaft
40	Universität Tübingen	x	x	BA Medienwissenschaft	MA Medienwissenschaft
41	Bauhaus-Universität Weimar (BHU)		x	BA Medienkultur BA Europäische Medienkultur	MA Medienwissenschaft MA Medienmanagement
42	Julius-Maximilians-Universität Würzburg	x	x	BA Medienkommunikation	MA Medienkommunikation
n=	42	32	40	42	62