

THEORIE UND GESCHICHTE DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Nathalie Huber

# Kommunikationswissenschaft als Beruf

Zum Selbstverständnis von Professoren  
des Faches im deutschsprachigen Raum

Herbert von Halem Verlag

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Nathalie Huber:

*Kommunikationswissenschaft als Beruf.*

*Zum Selbstverständnis von Professoren des Faches im deutschsprachigen Raum*

Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, Bd. 8  
Köln: Halem, 2010

Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität, vorgelegt 2009.

Die Reihe *Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft* wird herausgegeben von Michael Meyen.

ISSN 1865-3367

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2010 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-028-2

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINDR, s.r.o. (Tschechische Republik)

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

# Inhalt

1.	<b>EINLEITUNG</b>	9
<b>TEIL I: FORSCHUNGSKONTEXT UND THEORETISCHER RAHMEN</b>		
2.	<b>DIE KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT UND IHR SELBSTVERSTÄNDNIS</b>	19
2.1	Wissenschaftssoziologische Grundlegung und Begriffsklärung	20
2.2	Entwicklung und Status quo der Kommunikationswissenschaft	25
	2.2.1 <i>Fachgeschichtlicher Abriss</i>	25
	2.2.2 <i>Vom Legitimations- zum Professionalisierungsdilemma?</i>	30
2.3	Das Selbstverständnis von Kommunikationswissenschaftlern im Spiegel der Forschung	37
	2.3.1 <i>Empirische Befunde</i>	38
	2.3.2 <i>Theoretische Implikationen</i>	44
2.4	Konsequenzen für das eigene Projekt	48
3.	<b>WISSENSCHAFT ALS SOZIALE PRAXIS NACH PIERRE BOURDIEU</b>	51
3.1	Einleitende Bemerkungen	51
3.2	Feld, Kapital und Habitus als zentrale Denkwerkzeuge	54
	3.2.1 <i>Soziale Felder als Kräftefelder</i>	54
	3.2.2 <i>Der Habitus als Produkt und Produzent sozialer Praxis</i>	58
3.3	Das wissenschaftliche Feld	64
	3.3.1 <i>Verortung des wissenschaftlichen Feldes im sozialen Raum</i>	64
	3.3.2 <i>Spielregeln von Wissenschaft</i>	72
	3.3.3 <i>Spezifika des Professorenberufs</i>	82

3.4	Das Selbstverständnis-Konstrukt im Bourdieu'schen Theoriegebäude	89
-----	--	----

**TEIL II: ANLAGE UND DURCHFÜHRUNG DER EMPIRISCHEN UNTERSUCHUNG**

<b>4.</b>	<b>KATEGORIENGELEITETES VORGEHEN</b>	<b>99</b>
4.1	Konstruktion eines Kategoriensystems	99
4.1.1	<i>Analysedimension I: Selbstverständnis von Professoren</i>	101
4.1.2	<i>Analysedimension II: Einbettung des Selbstverständnisses</i>	103
4.1.3	<i>Zusammenfassende Darstellung: das Kategoriensystem</i>	111
4.2	Feldeingrenzung und Auswahl der Professoren	114
4.3	Quellen	118
4.3.1	<i>Dokumente</i>	119
4.3.2	<i>Leitfadeninterviews</i>	120
4.3.2.1	<i>Chancen und Probleme des Leitfadeninterviews</i>	121
4.3.2.2	<i>Konzeption der Interviewleitfäden</i>	127
4.3.2.3	<i>Durchführung der Interviews</i>	129
4.3.2.4	<i>Transkription, Autorisierung und Auswertung der Interviews</i>	133

**TEIL III: ERGEBNISSE**

<b>5.</b>	<b>ANALYSE DES KOMMUNIKATIONS- WISSENSCHAFTLICHEN FELDES</b>	<b>139</b>
5.1	Positionen im (kommunikations-) wissenschaftlichen Feld	139
5.1.1	<i>Stellung der Kommunikationswissenschaft an der Universität</i>	139
5.1.2	<i>Zentrum und Ränder des kommunikationswissenschaftlichen Feldes</i>	152

5.2	Habitusanalyse von Professoren des Faches	154
5.2.1	<i>Soziale Herkunft und Berufswünsche</i>	155
5.2.2	<i>Akademische Sozialisation</i>	165
5.2.3	<i>Berufsmotivation</i>	176
5.2.4	<i>Die Logik der Laufbahnen</i>	182
5.3	Zusammenfassung	199
6.	<b>DAS FACHVERSTÄNDNIS VON PROFESSOREN FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT</b>	202
6.1	Aufgaben des Faches	202
6.1.1	<i>Forschungs- und Beratungsleistung, Aufklärung der Öffentlichkeit</i>	203
6.1.2	<i>Ausbildungsleistung</i>	211
6.1.3	<i>Reflexion: Praxiswert durch Praxiserfahrung</i>	215
6.2	Positionen und Positionierungen	219
6.2.1	<i>Die Logik der (Selbst-)Positionierung</i>	219
6.2.2	<i>Die illusio der Akteure</i>	225
6.2.3	<i>Die Strategien der Akteure</i>	228
6.3	Fachverständnis-Typologie	232
6.3.1	<i>Der Orthodoxe</i>	235
6.3.2	<i>Der Häretiker</i>	238
6.3.3	<i>Der Grenzgänger</i>	240
6.4	Einflussfaktoren auf das Fachverständnis	242
7.	<b>DAS BERUFSVERSTÄNDNIS VON PROFESSOREN FÜR KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT</b>	246
7.1	Der Sinn der beruflichen Tätigkeiten	246
7.1.1	<i>Bedeutung von Forschung, Lehre und Management</i>	247
7.1.2	<i>Stellenwert des Berufs im Leben</i>	254
7.2	Berufs- und Arbeitszufriedenheit	260
7.3	Berufsverständnis-Typologie	269
7.3.1	<i>Der Forscher</i>	273
7.3.2	<i>Der Lehrer</i>	275

7.3.3	<i>Der Manager</i>	279
7.3.4	<i>Der Forschungs-Manager</i>	282
7.4	Einflussfaktoren auf das Berufsverständnis	285
8.	FAZIT UND AUSBLICK	290
	LITERATUR	305