

Diversity-X

Gender-Citation Diversity in der
Kommunikationswissenschaft (04/2022-03/2025)



Prof. Dr. Sabine Trepte, Universität Hohenheim
Prof. Dr. Michael Scharkow, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Ausgangspunkt

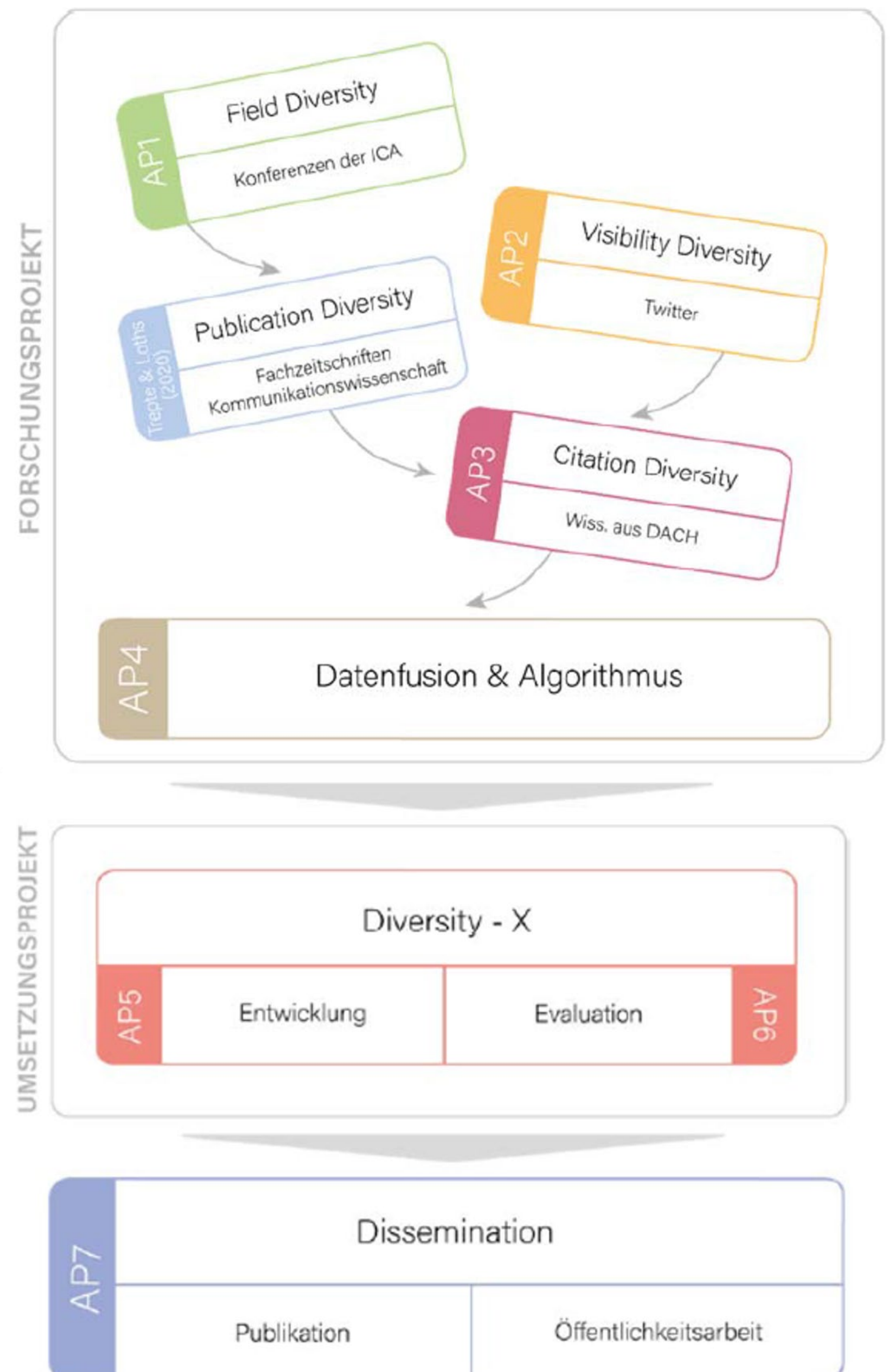
Ziel des Projektes:

- Diversität bei der Sichtbarkeit und Zitierung in **wissenschaftlichen Fachartikeln**, **Konferenzen** und **sozialen Medien** in der Kommunikationswissenschaft ermitteln.
- Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler beeinflussen Forschungsergebnisse durch unterschiedliche Themenwahl, Dateninterpretation und hervorgehobene Ergebnisse. Einseitige Zitierung bewirkt, dass nur Interessen einer bestimmten Gruppe repräsentiert werden.
- Vielfältige Forschergruppen fördern diverse Perspektiven und verbessern Forschungsqualität, diverses Zitieren unterstützt die Integration unterschiedlicher Perspektiven in Forschung und Gesellschaft.

Aktuelle Forschung:

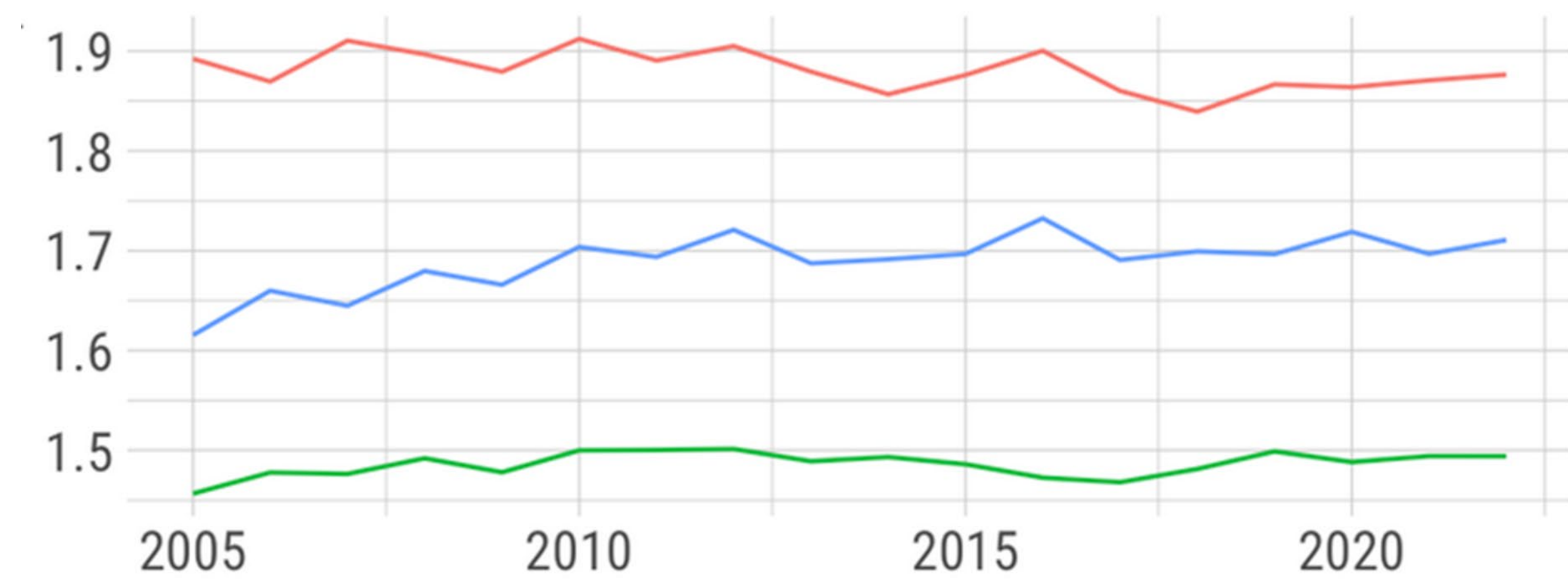
- Publikationen von rein männlichen Teams haben höhere Chance zitiert zu werden (42%) als die Publikationen von gemischten (15%) oder rein weiblichen Teams (26%) (Wang et al., 2020).
- „Matilda Effect“: Über Sichtbarkeit von Männern in der Wissenschaft, bspw. sichtbar durch Zuschreibung höherer wissenschaftlicher Qualität (z.B. Knobloch-Westerwick & Glynn, 2013).

Arbeitspakete des Projekts



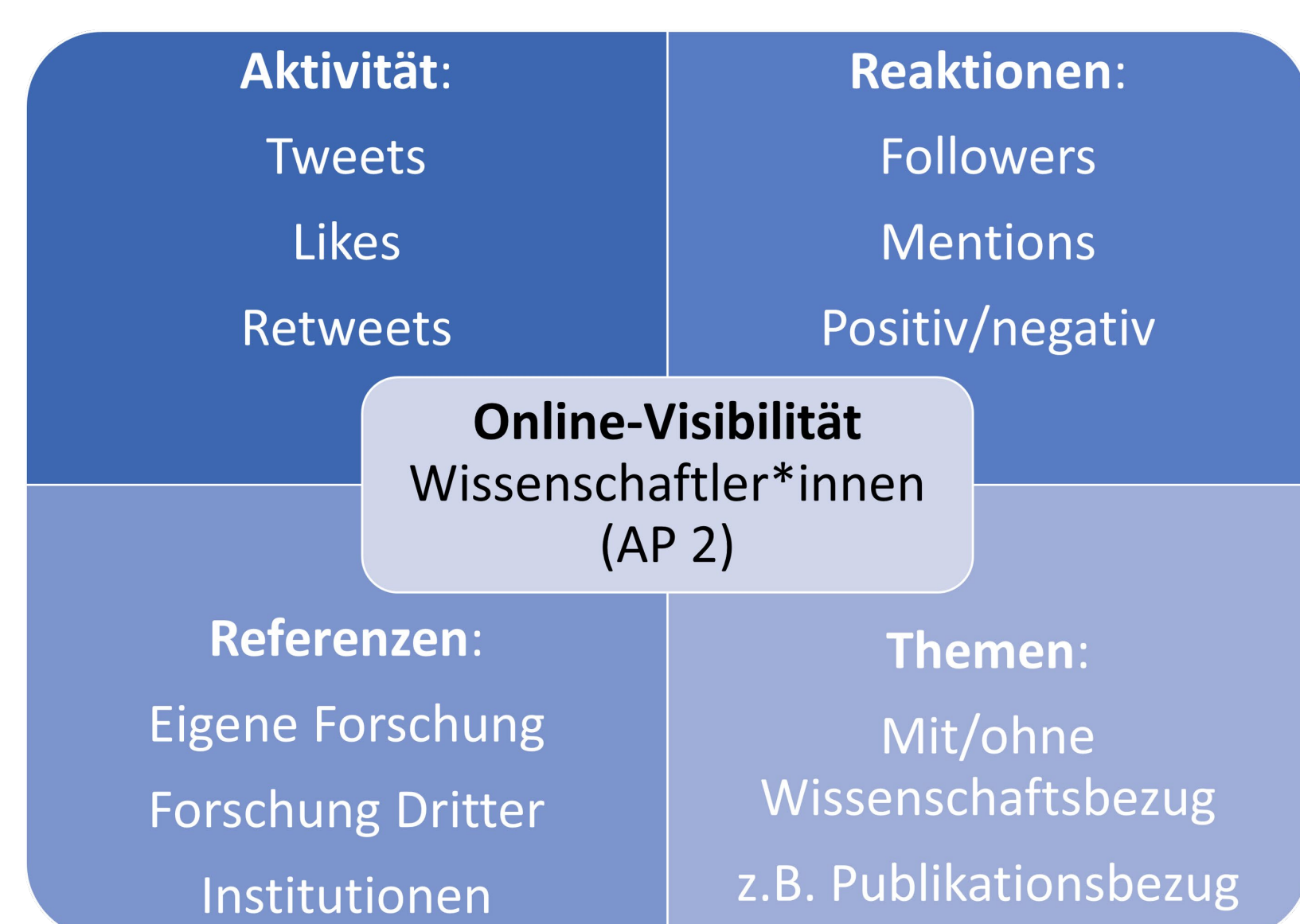
AP1 Gender Field Diversity

Gender Diversity Konferenzen der International Communication Association (ICA)



- Datenbasis: 61,661 Autoren auf ICA Konferenzen 2005-2022
- Fachgruppen (red)
- Präsentationen (green)
- Sessions (blue)

Ausblick und Diskussion



Ermittlung des Geschlechts auf **Twitter**



Entwicklung der App **Diversity-X** (AP 4+ 5)

- Vorhersage Geschlechtsdiversität aus Literaturverzeichnissen
- Datenbasis aus AP1; AP2 und AP3
- Anwendung zeigt Wissenschaftler*innen Diversitätsindex ihrer Publikation
- Liegt eine Gender Citation Gap vor?
- Handlungsvorschläge werden verlinkt

The screenshot shows the app's interface with the following text:

DANKE FÜR DIE NUTZUNG VON DIVERSITY-X!

Sie haben in Ihrem Artikel **60% Männer** und **40% Frauen** zitiert.

Der Diversity-Index Ihres Artikels ist **d = 0.40**.

Das Fach Kommunikationswissenschaft repräsentieren Sie: **gut!**

Vorschläge zur Erhöhung des d-Index

Scale: d-Index in der Fachzeitschrift (0 to 1) and d-Index der Zitation in Ihrem Fachgebiet (0 to 1). Markers are shown at d=30, 35, 40, 43, 45, 50.

Wang, X.; Dworkin, J. D.; Zhou, D.; Stiso, J.; Falk, E. B.; Bassett, D. S. et al. (2021). Gendered citation practices in the field of communication. In: *Annals of the International Communication Association* 45 (2), S. 134–153. DOI: 10.1080/23808985.2021.1960180.

Knobloch-Westerwick, S. & Glynn, Carroll J. (2013). The Matilda Effect—Role Congruity Effects on Scholarly Communication. In: *Communication Research* 40 (1), S. 3–26. DOI: 10.1177/0093650211418339.



Universität Hohenheim Institut für Kommunikationswissenschaft
Fachgebiet Medienpsychologie

Prof. Dr. Sabine Trepte (sabine.trepte@uni-hohenheim.de)
Maïke Braun M.Sc. (maïke.braun@uni-hohenheim.de)
Astrid Jansen M.A. (astrid.jansen@uni-hohenheim.de)
Dr. Simon Kruschinski (simon.kruschinski@uni-mainz.de)

Johannes Gutenberg-Universität Institut für Publizistik
Arbeitsbereich Computational Communication Science

Prof. Dr. Michael Scharkow (scharkow@uni-mainz.de)
Laura Heintz M.A. (lheintz@uni-mainz.de)