

RESEARCH

Brigitte Huber

Öffentliche Experten

Über die Medienpräsenz
von Fachleuten



Springer VS

Öffentliche Experten

Brigitte Huber

Öffentliche Experten

Über die Medienpräsenz
von Fachleuten

Mit einem Geleitwort von Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas

Brigitte Huber
München, Deutschland

Dissertation, Universität Wien, 2013

Gefördert durch die Fakultät für Sozialwissenschaften der Universität Wien.



ISBN 978-3-658-05404-5

ISBN 978-3-658-05405-2 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-05405-2

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

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2014

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Geleitwort

Das Phänomen hat Geschichte: Seit gut zwei Jahrzehnten wird ein „Expertenboom“ (Irene Neverla), ein „exponentiell steigender Expertenverschleiß“ (Kurt Imhof), also eine Vervielfachung medialer Auftritte von Expertinnen und Experten verzeichnet. Tendenz: stark steigend. Angesichts der Allgegenwart und Dauerpräsenz der öffentlichen Figur des Experten erstaunt die vergleichsweise überschaubare Forschungslage in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Andere Disziplinen – etwa die Psychologie oder die Soziologie – können auf bald ein Jahrhundert an einschlägiger Forschungstradition zurückblicken. Allerdings unterscheidet sich das kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisinteresse von den Forschungszielen der Nachbardisziplinen. Es fragt nicht, wie die Psychologie, wie die herausragenden Leistungen von ExpertInnen zustande kommen, und sucht auch nicht, wie die Soziologie, nach einer Typologie der sozialen Rolle von ExpertInnen, sondern nach den medialen Funktionen der ExpertInnen und ihrem Einsatz in der Medienöffentlichkeit. Brigitte Huber leistet mit ihrer Dissertation theoretisch wie empirisch aufwändige Pionierarbeit: Sie hat die österreichischen Tageszeitungen „Kronen Zeitung“ und „Standard“ zwischen 1995 und 2010 inhaltsanalytisch untersucht sowie 26 Leitfadengespräche mit österreichischen JournalistInnen und medial präsenten ExpertInnen geführt und ausgewertet.

Die Ambivalenz des Experteneinsatzes wird in diesen Interviews bestätigt. Natürlich geht es wie erwartet zunächst um die spezialisierte Expertise und die fundierte Erklärung. Aber Expertinnen und Experten werden auch medial instrumentalisiert; sie lassen sich nicht selten darauf ein, von JournalistInnen als „Satzspender“, „Artikelbestätiger“ oder als „opportune Zeugen“ (Lutz Hagen) eingesetzt zu werden. Aufgrund ihrer eigenen und der wissenschaftlichen Autorität der Institution, der sie angehören, verfügen sie über jene Grundreputation, die sie glaubwürdig zu geeigneten Erklärern komplexer Zusammenhänge und Interpreten aktueller Ereignisse macht. Allerdings – und das zeigen die Experteninterviews der Dissertation – genügen die Reputationsautorität und die wissenschaftliche Exzellenz nicht, um zum „visible scientist“ (Rae Goodell 1977) zu werden. Neben der schnellen Erreichbarkeit und der Bereitschaft braucht es auch die Fähigkeit, im Rahmen der Gesetze medialer Logik zu agieren, also einfach und verständlich, kurz und klar zu antworten. ExpertInnen, die diese Vorausset-

zungen beherrschen, werden immer wieder als risikolose Medienfiguren kontaktiert und eingeladen. Durch die wiederholten Medienauftritte werden sie bekannt und das wiederum sichert ihnen weitere Auftritte. Die Gruppe der medial bekannten ExpertInnen ist nicht sehr groß, die Zutrittsbarrieren sind hoch.

JournalistInnen und Redaktionen greifen gerne auf ExpertInnen zurück, weil das Zeit spart und bei bewährten Kräften auch risikolos ist. Mit den nachvollziehbaren Vorteilen gehen aber auch problematische Entwicklungen einher. ExpertInnen, die erst einmal den „Medientest“ bestanden haben, werden nicht selten auch zu Aussagen über und Erklärungen zu Themen verführt, die über ihren eigentlichen Expertisebereich hinausreichen. In der Kabarettliteratur findet sich die beobachtete und nicht erfundene Figur des „Experten für eh alles“, sie tritt immer öfter im medialen Alltag auf und kann auf Vertrauen und Respekt zählen. Gerade zu dieser Frage finden sich in den Experteninterviews der Dissertation interessante und vielschichtige Antworten. Der mediale Erfolg solcher ExpertInnen wird mit Reputationsverlusten in der scientific community und fachinterner KollegInnenschelte bezahlt.

Kritisch muss zudem die Unabhängigkeit mancher ExpertInnen hinterfragt werden, die z. B. als Politikberater tätig sind, aber für das Publikum nicht transparent wird, wen sie eigentlich beraten. In diesem Fall kann nicht ausgeschlossen werden, dass der TV-Experte seine nicht offengelegte Beratungsleistung selbst medial kommentiert oder auf andere Weise kommunikative Vorteile für seinen Auftraggeber lukriert. Etikettenschwindel gegenüber dem Publikum geschieht auch, wenn Meinungsforscher als Experten Analysen vornehmen, ohne über die von einem Meinungsforscher doch erwartbaren aktuellen Umfragen zum behandelten Thema zu verfügen. Zweifellos ist es ein Zeichen journalistischer Deprofessionalisierung, wenn klassische und ureigene journalistische Aufgaben wie Analyse und Kommentar an Meinungsforscher und Politikberater delegiert werden.

Untersuchungen zum Einsatz von ExpertInnen als journalistische Quellen fehlen für Deutschland und Österreich. Brigitte Huber leistet dies nunmehr mit ihrer Dissertation für Österreich, sie fokussiert nicht nur auf Zeiten, in denen Experten traditionell Hochkonjunktur haben wie z. B. Wahlkämpfe, sondern auf die alltägliche Routineberichterstattung. Sie fragt, wie ExpertInnen Zugang zur Öffentlichkeit erlangen, welche Motive und Interessen sie mit der Medienpräsenz verfolgen und warum sich manche als mediale Expertenfiguren etablieren und andere nicht. Während nämlich bereits vielfach untersucht wurde, was Journalisten von ExpertInnen erwarten bzw. anhand welcher Kriterien Journalisten ihre Expertenquellen auswählen, wissen wir noch erstaunlich wenig über die Motive der Experten, ihre Auswahlkriterien bei Medienanfragen und die Folgen solcher Medienpräsenz, hält Huber fest.

Für die Auswahl der ExpertInnen erweisen sich die Faktoren „Netzwerke“ und Vertrauen als zentral. Bei den ExpertInnen streuen die Auftrittsmotive, sie reichen von der Aufklärungsabsicht über die Erhöhung der Sichtbarkeit und Vorteilen bei der Akquisition von Projekten der Auftragsforschung bis hin zu persönlichen Motiven der Prominenzierung, der Promotion für die eigenen Bücher oder höheren Vortragshonoraren.

Zum Stellenwert von Experten in der journalistischen Alltagspraxis, zur Frage, ob nicht zu stark auf ExpertInnenquellen zurückgegriffen würde und schließlich darüber, welche Interessen ExpertInnen bei ihren Medienauftritten verfolgten, findet sich mitunter auch medienjournalistische Berichterstattung. Wissenschaftlich fehlte es bis dato an einer systematischen Darstellung und Synthese der internationalen Forschung zu den genannten Fragen. Die Dissertation von Brigitte Huber liefert Antworten.

Wien 2013

Hannes Haas

Danksagung

Dieses Buch stellt die überarbeitete Version der Dissertation dar, die ich im Mai 2013 an der Universität Wien eingereicht habe. Bereits während meines Diplomstudiums fiel mir auf, dass sich die Suche nach kommunikationswissenschaftlicher Literatur mit dem Fokus auf medial präsente Experten¹ nicht leicht gestalten ließ. Eine Art Überblickswerk zum Thema Experten und Medien fehlte. Dass ich nun ein solches Werk bereitstellen kann, verdanke ich auch der Unterstützung vieler großartiger Menschen in meinem Umfeld.

Mein Dank gilt zunächst Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas, der diese Dissertation betreut hat. Sein stets aufmerksamer Blick für aktuelle Entwicklungen und Probleme im Journalismus, seine Ratschläge und motivierenden Worte sowie der „Redaktionsschluss“ haben wesentlich zum Gelingen dieser Dissertation beigetragen. Bedanken möchte ich mich auch ganz herzlich bei emer. Univ.-Prof. Dr. Wolfgang R. Langenbacher für die wertvollen Literaturhinweise.

Ein besonderer Dank richtet sich an die 26 Interviewpersonen, die sich die Zeit für ein Gespräch genommen und mir wertvolle Informationen geliefert haben, sowie an meine liebe Freundin Elisabeth Wittmer, die mir ihr Aufnahmegerät für die Interviews zur Verfügung gestellt hat.

Bedanken möchte ich mich auch bei meinen lieben Kollegen am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien für die interessanten Gespräche und die gute Arbeitsatmosphäre. Cornelia Brantner sowie Axel Maireder gilt mein Dank für das gemeinsame Forschen, wodurch ich die Möglichkeit hatte, meinem Forschungsinteresse zur Rolle von Experten(wissen) auch abseits der Dissertation und damit in thematisch anderen Kontexten nachgehen zu können. Umso wichtiger war es, die Konzentration immer wieder auf die Dissertation zu richten, wobei mein Dank sich in dieser Hinsicht insbesondere an Ingrid Aichberger richtet: Sie war es, die mich bei der Planung und Durchführung der umfangreichen Inhaltsanalyse unterstützt hat.

Ebenfalls tolle Unterstützung habe ich stets von meiner Familie und meinen Freunden erfahren. Danke dafür! Ganz besonders möchte ich mich bei Urdyl Bauer und Mimi Faullini bedanken, die immer für mich da sind.

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der Arbeit für Expertinnen und Experten die Bezeichnung „Experten“, für Journalistinnen und Journalisten die Bezeichnung „Journalisten“ usw. verwendet.

Mein Dank richtet sich zudem an die Fakultät für Sozialwissenschaften der Universität Wien für die Gewährung des Druckkostenzuschusses zur Publikation meiner Dissertation.

München, November 2013

Brigitte Huber

Inhaltsverzeichnis

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	15
1 Einleitung.....	17
2 Experten als Untersuchungsgegenstand: Definitionen und Forschungsperspektiven.....	23
2.1 Definition Experte.....	23
2.2 Psychologische Perspektive	24
2.3 Soziologische Perspektive	27
2.4 Kommunikationswissenschaftliche Perspektive	32
2.5 Zwischenfazit: Verwendung des Expertenbegriffs in dieser Arbeit	36
3 Theoretische Verortung von Experten aus der Perspektive der Öffentlichkeits-, Prominenzierungs- und Journalismusforschung	41
3.1 Experten als Kommunikatoren: Kommunikatorismus.....	41
3.2 Experten als Akteure in der Öffentlichkeit	43
3.2.1 Definition und Ebenen von Öffentlichkeit.....	43
3.2.2 Rollen und Akteure in der Öffentlichkeit	45
3.2.3 Funktionen von Öffentlichkeit und Leistungen von Experten.....	48
3.2.4 Kommunikationsformen und Zugang zur öffentlichen Arena.....	50
3.2.5 PR-Aktivitäten von Akteuren	54
3.2.6 Prominenz und Reputation von Akteuren.....	57
3.3 Experten als journalistische Quellen.....	62
3.3.1 Journalistischer Selektions- und Darstellungsprozess	62
3.3.2 Einflussfaktoren im Journalismus.....	64
3.3.3 Quellen im Journalismus	66
3.3.4 Bedeutung von Expertenquellen im Journalismus.....	69
3.3.5 Instrumentelle Nutzung von Expertenquellen	71
3.4 Zwischenfazit.....	73

4	Medienpräsenz von Experten – Stand der empirischen Forschung	75
4.1	„pundits“ – „news shapers“ – „experts“	75
4.2	Ausmaß der Expertenpräsenz	76
4.3	Expertenspektrum	79
4.4	Auswahlkriterien der Journalisten	82
4.5	Funktionen und Rollen von Experten	85
4.6	Journalist-Experte-Interaktion	89
4.7	Motive der Experten	92
4.8	Zwischenfazit: Forschungslücken und Forschungsfragen	92
5	Anlage der empirischen Untersuchung.....	97
5.1	Inhaltsanalyse.....	99
5.1.1	Untersuchungsmaterial	100
5.1.2	Kategorien.....	104
5.2	Experteninterviews	106
5.2.1	Auswahl der Befragungspersonen	106
5.2.2	Durchführung und Auswertung der Interviews	107
6	Ergebnisse.....	109
6.1	Mediale Expertenpräsenz – Ergebnisse der Inhaltsanalyse	109
6.1.1	Überblick Expertenpräsenz.....	109
6.1.2	Ausmaß der Expertenpräsenz im Zeitverlauf	110
6.1.3	Merkmale der Experten.....	112
6.1.4	Platzierung	115
6.1.5	Funktionen	117
6.1.6	Vielfalt	119
6.1.7	Transparenz.....	122
6.1.8	Zusammenfassung	123
6.2	Etablierungsprozesse medialer Expertenfiguren – Ergebnisse der Interviews	124
6.2.1	Geeignete Personen.....	124
6.2.2	Auslöser	132
6.2.3	Inszenierung.....	140

6.2.3.1	Antizipieren der Medienlogik	140
6.2.3.2	Motive der Experten	148
6.2.4	Massenmediale Vermittlung	152
6.2.4.1	Entscheidung über die Vermittlung	152
6.2.4.2	Stellenwert von Experten in Medien.....	154
6.2.4.3	Stellenwert der Medien für Experten.....	157
6.2.5	Publikum.....	158
6.2.6	Bestätigung	161
6.3	Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse	163
7	Fazit und Ausblick	169
	Literaturverzeichnis	175
	Anhang.....	189
	Anhang 1: Kategoriensystem.....	189
	Anhang 2: Interviewleitfaden	210

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabellen

Tab. 1:	Gesellschaftliche Öffentlichkeit.....	54
Tab. 2:	Kommunikation unterschiedlicher Akteursgruppen	56
Tab. 3:	Künstliche Wochen	102
Tab. 4:	Stichprobenziehung Jahre und Tageszeitungen	103
Tab. 5:	Alle Beiträge mit und ohne Expertenvorkommen nach Medium	110
Tab. 6:	Berufliche Zuordnung der Experten	114
Tab. 7:	Ressorts, in denen die Artikel mit Expertenvorkommen erschienen sind	115
Tab. 8:	Funktionen der Experten nach Medium	117
Tab. 9:	Legitimierende und delegitimierende Verwendung von Expertenaussagen	118
Tab. 10:	Beiträge mit einem Experten vs. Beiträge mit mehreren Experten	119
Tab. 11:	Geschlecht Experte nach Medium; nur von Journalisten verfasste Beiträge	120
Tab. 12:	Zusammenhang zwischen Geschlecht Experte und Geschlecht Journalist	121

Abbildungen

Abb. 1:	Anteil an Beiträgen mit Expertenvorkommen nach Medium und Jahr	111
Abb. 2:	Anzahl aller Experten nach Medium und Jahr.....	112
Abb. 3:	Geographische Vielfalt des Expertenspektrums in „Der Standard“	121
Abb. 4:	Geographische Vielfalt des Expertenspektrums in der „Kronen Zeitung“	122

1 Einleitung

Experten und Expertise finden sich als Untersuchungsgegenstände in unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen. Die psychologische Expertiseforschung etwa hat diesbezüglich eine lange Forschungstradition² und interessiert sich dafür, wie die herausragende Leistung von Experten zustande kommt. Aus einer anderen Perspektive befasst sich die Soziologie mit Experten, nämlich betrachtet sie Experten als eine soziale Rolle³ in der Gesellschaft, als eine „soziale Etikettierung“ (Hitzler/Honer/Maeder 1994: 6). Die Frage nach Funktionen, die Personen in der Rolle des Experten in der Öffentlichkeit einnehmen, stellt sich auch die Kommunikationswissenschaft. Diese „öffentlichen Experten“ (Peters 2002: 25) stehen im Mittelpunkt der vorliegenden Arbeit. Konkret fokussiert die Arbeit Experten in der Medienöffentlichkeit.

Ausgangspunkt dieser Arbeit bilden gesellschaftliche Diskussionen zur Bedeutung von Experten in den Medien. So hinterfragen etwa Journalisten selbst im Rahmen des Medienjournalismus in Beiträgen mit Titeln wie „Die 30-Sekunden-Problemlöser“ (Kron 2008: 13) oder „Die Alles-Erklärer“ (Meyer 2009) den Stellenwert von Experten im journalistischen Arbeitsprozess. Thematisiert wird dabei neben der Häufigkeit des journalistischen Rückgriffs auf Expertenquellen und deren Funktionen in der Berichterstattung auch die Unabhängigkeit von Experten. In diesem Zusammenhang kritisiert der Journalist Michael Meyer mangelnde Transparenz in der Berichterstattung: „Ist mehr Altersvorsorge nötig? Dazu äußern sich Experten, die im Aufsichtsrat von Versicherungen sitzen. Soll der Kündigungsschutz abgebaut werden? Das kommentieren Fachleute, die gleichzeitig Botschafter der Arbeitgeber-Organisation ‚Neue Soziale Marktwirtschaft‘ sind. Die Zuschauer erfahren davon häufig nichts.“ (Meyer 2009)

Auch der journalistische Verein „netzwerk recherche“ sieht Diskussionsbedarf zum Umgang mit Expertenquellen, wie der Titel der Jahreskonferenz 2010 „Fakten für Fiktionen – Wenn Experten die Wirklichkeit dran glauben lassen“

² Die psychologische Expertiseforschung kann mittlerweile auf diesem Gebiet auf über 80 Jahre internationale Forschung zurückblicken, wie das umfassende „The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance“ (Ericsson et al. 2006) demonstriert.

³ Wobei festgehalten werden muss, dass das Konzept der sozialen Rolle auch in der Psychologie, wie beispielsweise in der pädagogischen Psychologie im Rahmen der „Experten-Laien-Kommunikation im Wissensmanagement“ (Bromme et al. 2004), Eingang findet, wie in Kapitel 2 beschrieben wird.

signalisiert. Mehrere Vorträge und Podiumsdiskussionen waren der Auseinandersetzung mit dem Thema gewidmet, an der sich neben Journalisten auch Kommunikationswissenschaftler⁴ beteiligten.

Die Kommunikationswissenschaft stellt ebenfalls derartige, den Stellenwert von Experten betreffende Fragen zur Diskussion. So spricht Haas (2006) die Rolle von Experten im Rahmen des politischen Journalismus an und deutet es „als Zeichen journalistischer Deprofessionalisierung, wenn etwa journalistische Aufgaben wie Analyse und Kommentar an Meinungsforscher delegiert werden“ (Haas 2006: 73).⁵ Mit dem Schlagwort „Expertenboom“ thematisiert Neverla (2003) die starke Nachfrage nach Experten in der Krisenberichterstattung rund um 9/11 und gibt vor diesem Hintergrund zu bedenken, dass bei der journalistischen Auswahl und Präsentation von Experten auch einiges misslingen kann: „Der Informationsertrag kann minimal oder tendenziös sein; dafür werden Nichtigkeiten exklusiv präsentiert; Kommentare mögen mehr verdunkeln als sie erhellen; der politische Hintergrund, die Interessenslage und institutionelle Einbindung der Experten erscheinen manchmal dubios.“ (Neverla 2003: 164) Auch bei Imhof et al. (2004: 15) findet sich ein Schlagwort für die Nachfrage nach Experten: Sie sprechen von einem „exponentiell steigenden Expertenverschleiß“ der Medien.

Wie diese Beispiele zeigen, scheint es beim journalistischen Rückgriff auf Expertenquellen Veränderungen zu geben, was folgende Fragen aufwirft: Setzen Journalisten Experten heute stärker und anders in der Berichterstattung ein als dies früher der Fall war? Inwieweit stellt dies eine Reaktion des Journalismus auf veränderte Rahmenbedingungen dar? Während in anderen Ländern entsprechende Längsschnittstudien zur journalistischen Verwendung von Expertenquellen in der Berichterstattung vorliegen (z. B. für Dänemark: Albaek et al. 2003; Hopmann/Strömbäck 2010), fehlen entsprechende empirische Studien für Deutschland oder Österreich. Auch haben die bestehenden Studien entweder nur bestimmte Experten wie etwa Wissenschaftler (z. B. Albaek et al. 2003) oder nur eine bestimmte Art der Berichterstattung wie etwa die Wahlkampfberichterstattung (z. B. Hopmann/Strömbäck 2010) analysiert. Ein Ziel dieser Arbeit ist es entsprechend, eine Längsschnittstudie für Österreich durchzuführen, alle Arten von Experten zu berücksichtigen und nicht auf „Spezialzeiten“ wie Wahlkämpfe in der Berichterstattung zu fokussieren, sondern die „Routineberichterstattung“ in den Blick zu nehmen.

Neben diesem Aufbau auf Studien aus der Journalismusforschung interessiert sich die Arbeit zusätzlich dafür, wie Experten Zugang zur Öffentlichkeit

⁴ So hielt beispielsweise Holger Wormer auf der nr-Jahreskonferenz 2010 einen Vortrag zur Recherche von Expertenquellen mit dem Titel „Was sind Experten? Kriterien, Gültigkeit, Anspruch“.

⁵ Zur Rolle von Meinungsforschern in der Berichterstattung siehe Huber (2008, 2011, 2012).

erlangen, welche Motive/Interessen Experten mit der Medienpräsenz verfolgen und warum sich manche als mediale Expertenfiguren etablieren und andere nicht. Während bereits vielfach erforscht ist, was Journalisten von Experten erwarten bzw. anhand welcher Kriterien Journalisten ihre Expertenquellen auswählen (siehe exemplarisch Peters/Heinrichs 2005; Nölleke 2009), wissen wir noch erstaunlich wenig über die Motive der Experten, ihre Auswahlkriterien bei Medienanfragen und die Folgen der Medienpräsenz.

Kommunikationswissenschaftler sind nicht nur Beobachter der Medienpräsenz von Experten, sondern manche unter ihnen nehmen auch selbst die Rolle des Experten in der Medienöffentlichkeit ein. In dem zuvor erwähnten Artikel über die „30-Sekunden-Problemlöser“ werden die beiden Kommunikationswissenschaftler Siegfried Weischenberg und Michael Haller in der Rolle des Experten mit ihren Einschätzungen zum Thema Experten in den Medien zitiert. Wissenschaftler machen sich auch über die Medienpräsenz der eigenen Zunft Gedanken⁶ und vereinzelt zeigen sich Bestrebungen, stärker in die Öffentlichkeit zu treten. Ein Beispiel dafür ist die vor kurzem gegründete SGKM-Plattform „Expertinnen und Experten aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft“⁷.

Andererseits werden zu starke Anstrengungen in Richtung mehr Medienpräsenz wiederum kritisch gesehen. Der in deutschen Medien präsente Politikwissenschaftler Jürgen Falter rät in einem Gastbeitrag in der „Süddeutschen Zeitung“ davon ab, zu aktiv an Medien heranzutreten: „Schädigen Sie nicht Ihren eigenen Ruf und den Ihrer wissenschaftlichen Zunft, indem Sie sich selbst als Experte zu einem Thema anbieten. Merke: Die Medien brauchen die Wissenschaft, aber die Wissenschaft braucht die Medien nicht.“ (Falter 2008a: 2) Die Ansicht, Wissenschaft bräuchte die Medien nicht, widerspricht theoretischen Konzepten wie jenem der „Medialisierung der Wissenschaft“ (Weingart 2001), in dem der steigende Bedarf der Wissenschaft nach Legitimation in der Öffentlichkeit formuliert ist.

Letztlich bleibt unklar: Inwieweit „brauchen“ einzelne Wissenschaftler in unterschiedlichen Disziplinen die Medien tatsächlich? Wie förderlich oder schädlich empfinden sie die Medienpräsenz für ihren Ruf? Was ist für einen Wissenschaftler ausschlaggebend, um in die Medienöffentlichkeit zu treten?

Durch die Hinwendung zu dieser Perspektive kann in dieser Arbeit ein Beitrag zur Schließung einer Forschungslücke geleistet werden, die durch die „Scheuklappen der Journalismusforschung“ (Langenbacher 1997) entstanden ist, nämlich durch die langjährige Fokussierung auf journalistische Akteure und die

⁶ Das wurde z. B. auf der Jahrestagung der DGPK diskutiert; dort wurden auch Ergebnisse einer Inhaltsanalyse der Medienpräsenz von Kommunikationswissenschaftlern und ihrer Forschung präsentiert (Brantner/Huber 2011).

⁷ Der Link zur Plattform: <http://sgkm.mixxt.org/> (05.05.2013)

Vernachlässigung nicht-journalistischer Akteure in der Kommunikatorforschung, auf die Langenbacher im Jahr 2009 erneut hinweist.

Hier setzt die vorliegende Dissertation an und fragt entsprechend nicht nur nach der journalistischen Verwendung von Expertenquellen in der Berichterstattung, sondern betrachtet den gesamten Prozess des Zustandekommens der Medienpräsenz von Experten, für dessen Verständnis eben die Perspektive der Journalisten alleine nicht ausreicht, sondern auch die Perspektive der Experten mit ihren Motiven und Interessen berücksichtigt gehört.

Um beiden beschriebenen Zielen nachzukommen – Veränderungen in der journalistischen Verwendung von Expertenquellen zu analysieren und das Wesen der Expertenfiguren als Akteure in der Medienöffentlichkeit zu erforschen – geht die Arbeit folgendermaßen vor:

Zunächst erfolgt im zweiten Kapitel eine Annäherung an den Begriff des Experten, wobei gezeigt wird, dass je nachdem in welchen Kontexten bzw. in welchen unterschiedlichen Disziplinen Experten in den Fokus der Forschung gelangt sind, unterschiedliche Definitionen des Begriffs vorliegen. Konkret wird ein Überblick über die psychologische, soziologische und schließlich kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf den Untersuchungsgegenstand gegeben und aufgezeigt, wo die jeweiligen Differenzen und Anknüpfungspunkte bestehen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive finden sich Experten als *Testimonials*, journalistische *Quellen* und öffentliche *Akteure*. Da sich die Arbeit auf Experten als Quellen und Akteure konzentriert, werden Experten anschließend theoretisch folgendermaßen verortet:

Zunächst wird im dritten Kapitel das Öffentlichkeitsmodell von Gerhards und Neidhardt (1991) vorgestellt und ausgehend von diesem Modell Experten als einer von fünf *Sprechertypen in der Öffentlichkeit* beschrieben (Neidhardt 1994a) sowie deren Kommunikationsformen und Zugangsbedingungen zur Öffentlichkeit (Peters 1994) erläutert. Anschließend wird die Perspektive der Journalisten behandelt, d. h. die Faktoren, die Einfluss auf die journalistischen Selektions- und Darstellungsprozesse und auf die journalistische Nutzung von *Expertenquellen* haben, beschrieben. Daraufhin wird im vierten Kapitel der kommunikationswissenschaftliche empirische Forschungsstand zur Medienpräsenz von Experten dargestellt, Forschungslücken identifiziert und die Forschungsfragen für das empirische Projekt formuliert.

Die Anlage des empirischen Projekts wird im fünften Kapitel erläutert. Im empirischen Projekt kommt ein zweistufiges Untersuchungsdesign zum Einsatz, nämlich eine Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen im Zeitraum 1995 bis 2010 sowie Leitfadeninterviews mit österreichischen Journalisten und medial präsenten Experten. Im sechsten Kapitel erfolgt die Beschreibung der Veränderungen und Beschaffenheit der Präsenz von Experten in der Berichterstattung

anhand der Ergebnisse aus der Inhaltsanalyse sowie die Rekonstruktion der Entstehung und Etablierung von medialen Expertenfiguren auf Basis der Ergebnisse aus den Leitfadeninterviews. Abschließend werden die zentralen Erkenntnisse des theoretischen und empirischen Teils der Arbeit zusammengefasst und ein Ausblick auf zukünftige Forschungsarbeiten gegeben (Kapitel 7).

2 Experten als Untersuchungsgegenstand: Definitionen und Forschungsperspektiven

„Liest man wahllos in der Tagespresse, in populärwissenschaftlichen Veröffentlichungen, in Zeitschriften oder Journalen, ist die Wahrscheinlichkeit, auf den Begriff *Experte* zu stoßen, außerordentlich hoch. Es bleibt aber meist unklar, wie und wodurch ein Experte überhaupt definiert ist.“ (Gruber 1994: 9, Hervorh. i. O.) Zu klären, wodurch ein Experte definiert werden kann, ist ein Ziel dieses Kapitels. Die Auseinandersetzung mit dem Begriff des Experten zeigt verschiedenste Definitionsmöglichkeiten, da sich unterschiedliche Disziplinen mit Experten und Expertenwissen beschäftigen und den Begriff aus ihrer jeweiligen Perspektive anders verwenden bzw. selbst innerhalb der Disziplinen zum Teil unterschiedliche Definitionen bestehen oder der Begriff überhaupt nicht klar definiert wird. Entsprechend ist die Annäherung an den Expertenbegriff direkt verknüpft mit dem zweiten Ziel, das in diesem Kapitel verfolgt wird: Einen Überblick darüber zu geben, wie Experten und Expertenwissen bisher in den Blick der internationalen Forschung geraten sind. Dabei wird der Fokus auf die psychologische, die soziologische und die kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf den Expertenbegriff gelegt.⁸ Die Darstellung der unterschiedlichen Forschungsperspektiven und Definitionsansätze verdeutlicht die Relevanz von Experten als wissenschaftlichen Untersuchungsgegenstand, ermöglicht die Positionierung des eigenen Dissertationsprojektes im internationalen Forschungskontext und führt schließlich zur Bestimmung, wie der Expertenbegriff in dieser Arbeit verwendet wird.

2.1 Definition Experte

Der Begriff „Experte“ bedeutet laut Duden (2007) „Sachverständiger, Fachmann, Kenner“. Interessant ist zunächst eine Betrachtung der Herkunft des Begriffs und seines Bedeutungswandels, ist doch Etymologie „Ausdruck gesell-

⁸ Die Politikwissenschaft behandelt Expertise im Rahmen der Forschung zu Politikberatung: Diese Perspektive wird nicht in einem eigenen Kapitel behandelt, da sie keine zusätzliche Definition des Expertenbegriffs liefert, fließt jedoch beim Risikodiskurs im Rahmen der soziologischen Perspektive ein.

schaftlicher Bewegungen und Veränderung“ (Hesse 1998: 18). Wie im Deutschen Fremdwörterbuch steht, wurde der Begriff „im frühen 19. Jh. entlehnt aus dem gleichbed. frz. *expert* (zu *expert* ‚erfahren, sachkundig‘, zurückgehend auf lat. *expertus* ‚erfahren, kundig, erprobt, bewährt‘“ (Strauß et al. 2004: 503). Die Bezeichnung des „Sachverständigen“ wurde ursprünglich im 19. Jh. vor Gericht verwendet (vgl. Hitzler 1994: 14), dann zunehmend im kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Bereich für eine „Person (meist Wissenschaftler), die auf einem bestimmten Gebiet herausragende Fachkenntnisse oder Fähigkeiten besitzt“ (Strauß et al. 2004: 503).

Wie das eingangs erwähnte Zitat von Gruber (1994) beschreibt, sind solche Personen heute oft medial präsent. Öffentlich wirksame Experten sind aber grundsätzlich keine neue Erscheinung, sondern finden sich bereits im frühen 19. Jh., wobei sie damals „fast ausschließlich in naturwissenschaftlichen, medizinischen und technischen Kommunikationstexten“ (Imhof 2003) vorzufinden waren, wie beispielsweise Mediziner, Pharmazeuten und Apotheker auf dem Gebiet der Arzneimittelkontrolle (vgl. Thoms 2005).

Die Bereiche, in denen Experten öffentlich eine Rolle spielen, haben sich heute erweitert. Was aber konstant bleibt, ist die grundsätzliche Logik hinter der Definition von Experten, nämlich dass diese über die Abgrenzung zum Laien geschieht. Unter einem Laien wird ein „Nichtfachmann“ (Duden 2007) verstanden und er wird „durch das Fehlen spezifischer Kenntnisse oder Fertigkeiten im Vergleich zu anderen Personen definiert“ (Gisler et al. 2004: 8). Experte und Laie sind somit als Gegensatzpaar konzipiert.

Welche Art von Kenntnissen oder Fertigkeiten Experten im Gegensatz zu Laien charakterisieren und wie Expertentum entsteht, dazu bestehen unterschiedliche Zugänge in der Wissenschaft, wie im Folgenden skizziert wird.

2.2 Psychologische Perspektive

Eine lange Forschungstradition hat die psychologische Expertiseforschung, deren Erkenntnisse aus der internationalen Scientific Community 2006 in einem Handbuch mit dem Titel „The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance“ veröffentlicht wurden. In der Einleitung des Handbuchs betont einer der Herausgeber das große Interesse an Expertenwissen: „Since the beginning of Western civilization there has been a particular interest in the superior knowledge that experts have in their domain of expertise. The body of knowledge associated with the domain of expertise in which a person is expert is a particularly important difference between experts and other individuals.“ (Ericsson 2006: 4) In der psychologischen Expertiseforschung werden Experten über