

# 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

Öffentliche Experten

Über die Medienpräsenz von Fachleuten

Huber, B.

2014, XVI, 200 S. 16 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05404-5