

# Inhaltsverzeichnis

<b>Tabellen- und Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>15</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>17</b>
<b>2 Experten als Untersuchungsgegenstand: Definitionen und Forschungsperspektiven.....</b>	<b>23</b>
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
<b>3 Theoretische Verortung von Experten aus der Perspektive der Öffentlichkeits-, Prominenzierungs- und Journalismusforschung .....</b>	<b>41</b>
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

<b>4</b>	<b>Medienpräsenz von Experten – Stand der empirischen Forschung .....</b>	<b>75</b>
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
<b>5</b>	<b>Anlage der empirischen Untersuchung.....</b>	<b>97</b>
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
<b>6</b>	<b>Ergebnisse.....</b>	<b>109</b>
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
<b>Literaturverzeichnis .....</b>		<b>175</b>
<b>Anhang.....</b>		<b>189</b>
Anhang 1: Kategoriensystem.....		189
Anhang 2: Interviewleitfaden .....		210