

**Aus:**

MARCO KIRCHER

## Wa(h)re Archäologie

Die Medialisierung archäologischen Wissens im Spannungsfeld von Wissenschaft und Öffentlichkeit

Mai 2012, 350 Seiten, kart., zahlr. z.T. farb. Abb., 32,80 €, ISBN 978-3-8376-2037-5

Archäologie wird in populären Wissensprodukten oftmals wirkmächtig vermarktet. Marco Kircher erörtert die zentralen Spannungsfelder zwischen akademischen und publikumswirksamen Präsentationen archäologischer Forschung und zeigt ausführlich auf, welche Akteure warum welche Darstellungsformen wählen.

Die Ergebnisse verschiedener Fallstudien über erfolgreiche TV-Dokumentationen (Terra X) und Sonderausstellungen (z.B. über Tutanchamun) sowie Interview-Aussagen diverser Beteiligter werden mit generellen Trends der Wissensvermittlung verknüpft. Zudem zeigt Kirchers Studie aktuelle Tendenzen, insbesondere des Internets, auf – und liefert dadurch fächerübergreifende Impulse zum Verhältnis von Wissenschaft, Kommerzialisierung, Öffentlichkeit und Medien.

**Marco Kircher** (Dr. phil.) hat an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i.Br. promoviert.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

[www.transcript-verlag.de/ts2037/ts2037.php](http://www.transcript-verlag.de/ts2037/ts2037.php)

# Inhalt

---

- 1. **Vorwort** | 9
- 2. **Einführung** | 11
  - 2.1. Warum diese Forschung? | 11
  - 2.2. Forschungsgegenstand | 14
  - 2.3. Ziele | 16
  - 2.4. Fragestellungen | 17
  - 2.5. Gliederung | 17
  - 2.6. Begriffsdefinitionen | 18
- 3. **Theorie und Methode** | 21
  - 3.1. Theoretische Annahmen | 21
    - 3.1.1. Wissenschaft und Medien | 21
    - 3.1.2. Wissensweitergabe | 23
  - 3.2. Methodik | 26
    - 3.2.1. Grundlage | 26
    - 3.2.2. Interviews | 29
- 4. **Wissensverbreitung und Medien** | 33
  - 4.1. Grundlagen der Medienlandschaft | 33
  - 4.2. Formen der Wissensverbreitung | 38
    - 4.2.1. Wissensgesellschaft | 38
    - 4.2.2. Gesellschaftlich-mediale Rahmenbedingungen | 43
    - 4.2.3. Wissenskommunikation | 48
  - 4.3. Wissensvermittlung in der Erlebnisgesellschaft | 63
    - 4.3.1. Emotionen | 69
    - 4.3.2. Unterhaltung | 72
  - 4.4. Visuelle Einflüsse | 75
    - 4.4.1. Wirkmacht der Bilder | 75
    - 4.4.2. Bilder als Wissensprodukte | 78
  - 4.5. Lernen | 82

- 5. Popularisierung von Archäologie | 87**
  - 5.1. Forschungsstand | 90
  - 5.2. Formen und Akteure populärer Vermittlung | 92
  - 5.3. Alternativarchäologie | 97
  - 5.4. Kommerzielle Verwertungen | 104
  - 5.5. Der Alte Orient im Diskurs | 107
- 6. Ausstellungen | 111**
  - 6.1. Reflexionen zum Ausstellungswesen | 112
  - 6.2. Besucherforschung | 116
  - 6.3. Kulturhistorische Ausstellungen | 118
  - 6.4. Sonderausstellungen | 119
  - 6.5. Fallbeispiele | 121
    - 6.5.1. Babylon – Mythos und Wahrheit | 122
    - 6.5.2. Tutanchamun – Sein Grab und die Schätze | 134
    - 6.5.3. Schätze des Alten Syrien –  
Die Entdeckung des Königreiches Qatna | 147
  - 6.6. Fazit | 154
- 7. Fernsehen | 161**
  - 7.1. Merkmale der Produktion und Rezeption | 161
  - 7.2. Archäologie im Spielfilm | 165
  - 7.3. „Sciencetainment“ oder Wissensvermittlung im TV | 168
  - 7.4. TV-Dokumentationen | 172
  - 7.5. „Where great minds make history“ oder  
Geschichte und Archäologie im TV | 174
    - 7.5.1. Die Terra X-Sendereihe | 181
  - 7.6. Fallbeispiele | 183
    - 7.6.1. Babylon-Tower | 183
    - 7.6.2. Jenseits von Eden – Lifestyle in der Steinzeit | 191
    - 7.6.3. Qatna – Entdeckung in der Königsgruft | 197
    - 7.6.4. Fazit | 205
  - 7.7. Ausblick | 209
- 8. Internet | 211**
  - 8.1. Kennzahlen und Kennzeichen | 211
  - 8.2. Präsentationsarten | 215
    - 8.2.1. Web 2.0 | 217
  - 8.3. Das Internet als Wissensmedium | 228
  - 8.4. Problemfelder | 230
  - 8.5. Internet und Archäologie | 232

- 9. Interviewauswertung | 239**
  - 9.1. Interviewerfahrungen | 240
  - 9.2. Analyse | 241
  - 9.3. Fazit | 264
- 10. Synthese | 265**
  - 10.1. Aspekte der Wissensvermittlung | 266
    - 10.1.1. Generelle Tendenzen | 266
    - 10.1.2. Aufbereitung von Archäologie | 268
    - 10.1.3. Kommerzialisierungen | 272
    - 10.1.4. Mediale Einflüsse | 275
    - 10.1.5. Rolle der akademischen Wissenschaften | 278
  - 10.2. Untersuchungsergebnisse | 280
  - 10.3. Zukunftstrends | 284
  - 10.4. Forschungsdesiderate | 288
- 11. Ausblick | 291**
- 12. Das Wichtigste zum Schluss – Dank an | 297**
  - 12.1. Nachwort | 298
- 13. Quellenverzeichnis | 299**
- 14. Anhang | 345**

# 1. Vorwort

---

Diese Arbeit handelt von der Aufbereitung archäologischer Erkenntnisse für ein breites Publikum. Sie ist interdisziplinär angelegt und beinhaltet Aspekte diverser soziologischer Richtungen, der Vorderasiatischen Altertumskunde, verschiedener archäologischer Wissenschaften, der Geschichtswissenschaften, der Museologie sowie der Medien- und Kommunikationswissenschaften. Daher gibt es keine eng gefasste Zielgruppe der Leserschaft. Vielmehr ist diese Arbeit gedacht als Anstoß für alle Interessierten und Involvierten im gesamten Bereich der Kultur- und Geschichtswissenschaften, aber auch für diejenigen Personen aus der Medienbranche, welche in der Wissensvermittlung tätig sind. Nicht zuletzt aufgrund des potentiell breiten Leserkreises schließe ich mich Meyen (2001: 42f; vgl. Schneider 1995) an, der – im Sinne von Schopenhauer und Popper – fordert, wissenschaftliche Ergebnisse verständlich zu vermitteln, und verwende eine möglichst allgemeinverständliche Ausdrucksweise. Bezuglich der Berücksichtigung beider Geschlechter sind in den Formulierungen, sofern möglich, Begriffe genutzt, die in einem Wort beide Geschlechter integrieren. Wenn eine doppelte Bezeichnung notwendig gewesen wäre, wurde aus Gründen der Lesefreundlichkeit die männliche Form gewählt, die aber den weiblichen Personenkreis mit einschließt.

Genauso wie jeder andere Forscher bin auch ich von meinem Umfeld und meinen Ideen beeinflusst. Neben der Familienprägung haben gerade die Erfahrungen beruflicher Art und die universitäre Ausbildung entscheidenden Anteil an meiner Denk- und Arbeitsweise. Sowohl die Seminarthemen als auch die Charaktereigenschaften der Lehrenden an den Universitäten haben mich geprägt. Ich möchte daher jedem Leser die Möglichkeit geben, eine grobe Einschätzung meiner wissenschaftlichen Persönlichkeit durch die Nennung einiger beruflicher Eckdaten vorzunehmen: Vor dem Studium absolvierte ich eine Ausbildung zum Bankkaufmann. Die meiste Hochschulzeit verbrachte ich an der *Albert-Ludwigs-Universität Freiburg im Breisgau*, außerdem erfolgten Auslandsaufenthalte in Frankreich (*Université Pierre Mendès France* in Grenoble), in Irland (*University College Dublin*) sowie die Teilnahme an Seminaren an der *Universität Basel*. Neben Vorderasiatischer Archäolo-

gie studierte ich Urgeschichtliche Archäologie sowie einige Semester Ethnologie. Während des Studiums nahm ich neben traditionell archäologischen Lehrveranstaltungen an Seminaren über Wissenschaftsjournalismus<sup>1</sup> sowie Museologie in Bezug auf die Präsentation des Alten Orients teil. Ferner arbeitete ich an einem mehrsemestrigen Ausstellungsprojekt über die öffentliche Faszination an Archäologie mit. Die Teilnahme an verschiedenen Exkursionen und Ausgrabungen haben mich darüber hinaus archäologische Vorgehensweisen in anderen Ländern kennen lernen lassen. Der Besuch von mehreren Kongressen zu Themen der Wissenspopularisierung und der qualitativen Sozialforschung sowie die Teilnahme an diversen Seminaren zu Medien- und Journalismuskompetenzen haben mir Kenntnisse ermöglicht, welche über die üblichen kulturhistorischen Inhalte einer universitären Ausbildung hinausgehen. Abgesehen von den formalen Ausgangsbedingungen dürfte noch relevant sein, dass mir persönlich die ansprechende Vermittlung von archäologischem Wissen an ein großes Laienpublikum seit einigen Jahren am Herzen liegt und diese Forschungsarbeit daher kein lästige Pflicht, sondern das Ergebnis eines gehegten Wunsches darstellt. Meiner Doktormutter Prof. Dr. Marlies Heinz, die mir diese Möglichkeit gerne eingeräumt und mich umfassend unterstützt hat, und meiner Zweitbetreuerin Prof. Dr. Barbara Korte sei daher ein großes Dankeschön ausgesprochen. Alle weiteren Personen, denen ich mit Freude Dank sagen möchte, finden sich im Kapitel 12.<sup>2</sup>

- 
- 1 Im Seminar wurden Printveröffentlichungen über archäologische Themen (vorrangig über den Alten Orient) analysiert. Das Ergebnis ist publiziert in Benz/Liedmeier (2007).
  - 2 Die eher unübliche Vorgehensweise, sich am Ende der Arbeit zu bedanken, liegt in dem Gedanken begründet, dass man nach gelesener Arbeit besser einschätzen kann, in welchen Bereichen Hilfe geleistet wurde – ähnlich wie man bei einem Spielfilm erst nach dem Anschauen einschätzen kann, welche Arbeit vonnöten war.

## 2. Einführung

---

### 2.1. WARUM DIESE FORSCHUNG?

„Archaeologists are obsessed with context: the context of artefacts; the context of soils across an archaeological site; the context of archaeological sites; the context of ancient cultures and past societies. Paradoxically archaeologists are less aware of their own context [...].“

(RUSSELL 2002: 38)

Geschichte ist ein Millionengeschäft geworden. Motive der Vergangenheit werden in überaus vielen Facetten verwendet: archäologische Themen liefern Vorlagen für erfolgreiche Kinofilme, historische Romane erzielen hohe Auflagen, kulturhistorische Ausstellungen ziehen hunderttausende von Besuchern an, Sachbücher über Archäologie erreichen große Käuferschichten, neue Magazine mit geschichtlichen Inhalten werden aufgelegt, vergangene Kulturen bilden den Rahmen für Comicgeschichten, historische Themenparks entstehen vielerorts neu, Brett- und Computerspiele mit Handlungen in der Vergangenheit erreichen immense Verkaufszahlen, archäologische Dokumentarfilme werden im Fernsehen zur besten Sendezeit ausgestrahlt, Konsumprodukte werden mit wohlklingenden Namen aus der Vergangenheit beworben, Rollenspiele haben häufig geschichtliche Anlehnungen und im Internet wird eine ständig wachsende Vielfalt an Informationen über historische Themen bereitgestellt (vgl. Korte/Paletschek 2009b; Jensen/Wieczorek 2002; Pirker/Rüdiger et al. 2010; Heinz 2003; Schlehe et al. 2010; Heinken 2010; Samida 2010a, 2010b).

Dem jeweiligen Produkt dieser – durchaus erweiterbaren – Aufzählung liegen dabei unterschiedliche Intentionen zugrunde. Eines haben die angeführten Beispiele aus dem populären Bereich jedoch gemeinsam: Sie werden maßgeblich *außerhalb* des kulturwissenschaftlichen Feldes produziert. Bilder der Vergangenheit entstehen

demzufolge nicht nur durch Veröffentlichungen von Fachvertretern, sondern ebenso durch viele andere, wirkmächtige Quellen.

Zugespitzt lässt sich die These formulieren, dass zwei unterschiedliche Arten von Archäologien existieren. Zum einen gibt es die akademische Disziplin mit den entsprechenden Publikationen der universitär ausgebildeten Archäologen: Wissenschaftler konstruieren theoretische Modelle und diskutieren an Universitäten, in Instituten und auf Kongressen. Sie üben praktische Feldforschung aus, restaurieren und interpretieren materielle Hinterlassenschaften, übersetzen philologische Quellen und vieles mehr. Die Ergebnisse ihrer Forschungstätigkeiten werden häufig in schriftlicher Form publiziert. Diese Aktivitäten finden größtenteils innerhalb der *scientific community* mit einem begrenzten Rezeptionskreis statt. Zum anderen gibt es die oben geschilderte Vielzahl von reichweitenstarken und damit einflussreichen Quellen, welche häufig von Personen erzeugt werden, die keine akademische Ausbildung in einem kulturhistorischen Fach besitzen. Diese Produkte weisen ein breites Spektrum in Bezug auf die Qualität und die Art der Darstellung auf und weichen teilweise sowohl im Inhalt als auch in der Präsentationsform erheblich von den Ergebnissen ab, die in wissenschaftlichen Publikationen zu finden sind.

Die *scientific community* schenkt der nichtakademischen Beschäftigung mit der Vergangenheit bisher wenig Beachtung. Wie Felder et al. (2003) hervorheben, gibt es eine Kluft zwischen den Interessen der Öffentlichkeit und den wissenschaftlichen Forschungsgegenständen. Diese thematischen Lücken bleiben jedoch nicht leer, sondern scheinen von Akteuren ohne historische Ausbildung erfolgreich gefüllt zu werden (Holtorf 2005a: 64ff). Trotz der in den letzten Jahren verstärkt zu beobachtenden Interdisziplinarität innerhalb der archäologischen Wissenschaften blieb die Forschung nach den *inhaltlichen* Interessensgebieten der Öffentlichkeit weitgehend unbehandelt, obwohl umgekehrt von Seiten der Öffentlichkeit ein starkes Interesse an archäologischen Themen besteht (Schmidt 2002: 244ff; Young 2002; Merriman 2004b). Die Beschäftigung innerhalb der Archäologie mit der Art und Weise der vielfältigen populären *Darstellungen* ist ebenfalls als marginal einzustufen. Selten erfolgt seitens ausgebildeter Archäologen eine konstruktive Auseinandersetzung mit populären Veröffentlichungen; zumeist werden diese Formate ignoriert oder nur in mündlicher Form kritisiert.<sup>1</sup> Ohne eine Auseinandersetzung mit den Herstellungskriterien bleibt jedoch im Regelfall ungeklärt, *warum* das jeweilige Populärisierungsprodukt entsprechend angefertigt wurde. Mit einem besseren Kenntnisstand der medialen Umstände wäre es möglich, die Prozesse zu verstehen, die zur Produktion eines entsprechenden Formates geführt haben. In dieser Forschung werden sowohl populäre Medien wie Internet und Fernsehen als auch Ausstellungen in ihrem Kontext erläutert, da sie aufgrund ihrer Reichweite erheblichen Einfluss bei der Schaffung und Vermittlung von Wissen über vergangene Kulturen ausüben.

---

1 Zu vorhandenen Analysen s. Kap. 5.1, in dem der Forschungsstand behandelt wird.

Wolfram/Sommer (1993) fordern eine Beschäftigung mit nichtakademischen Autoren, welche archäologische Thematiken verarbeiten. Die Wichtigkeit dieser Aufforderung wird beispielsweise daran deutlich, wenn die Auflagenstärke der sogenannten pseudoarchäologischen Literatur (vgl. Fagan 2006) den Absatzzahlen der akademischen Veröffentlichungen gegenüberstellt wird. Allein von Dänikens<sup>2</sup> Bücher, die sich fast alle mit archäologischen Themen beschäftigen, haben eine weltweite Auflage von über 65 Millionen Exemplaren erreicht,<sup>3</sup> während die meisten Fachveröffentlichungen von Archäologen mit einer Auflage von wenigen hundert Exemplaren gedruckt werden.<sup>4</sup> Auch Entwicklungen wie der Bau des *Mystery Parks* (s. Kap. 5.3; vgl. Holtorf 2005a), ein künstlicher archäologischer Erlebnispark in der Schweiz, oder das geplante *Wunhenge*,<sup>5</sup> ein Plastik-Nachbau der englischen Steinkreisanlage *Stonehenge* in Deutschland, zeigen auf, dass die Forderung von Sommer und Wolfram aus dem Jahre 1993 mittlerweile ein noch dringenderes Desideratum darstellt. Die Fragen, welches Interesse die Öffentlichkeit an archäologischer Forschung hat oder welche Bedürfnisse von wem geschaffen werden, sollten behandelt werden und zwar nicht zuletzt deshalb, damit die öffentlich finanzierte Forschung das öffentliche Interesse besser wahrnehmen und berücksichtigen kann (Holtorf 1993: 56; Zimmerman 2003: 144). Denn während die populären, häufig von privatwirtschaftlicher Seite angefertigten Produktionen boomen, besteht die Gefahr, dass die staatlich finanzierten Forschungs- und Vermittlungsinstanzen wie Universitäten und Museen an gesellschaftlicher und politischer Relevanz verlieren.<sup>6</sup>

Private Produktionen haben anstelle des Auftrags zur Bildung der Gesellschaft zumeist kommerzielle Interessen, was häufig zu einer einseitigen Fokussierung auf spezielle Aspekte führt. Eine These ist, dass populäres Wissen verstärkt eine Verbindung mit Elementen der Unterhaltung eingeht, um in dem immer mehr auf Profit

2 Erich von Däniken ist ein Schweizer Schriftsteller, der keine kulturhistorische Ausbildung besitzt. Details zum Lebenslauf unter <http://tatjana.ingold.ch/index.php?id=lebenslauf> (29.09.2011).

3 <http://info.kopp-verlag.de/neue-weltbilder/verbotene-archaeologie/chris-weiland/die-schriften-der-maya-kehren-am-23-12-2-12-die-goetter-zurueck-.html> (03.03.2012)

4 Dabei ist es keine Ausnahme, dass die Anzahl der verkauften Exemplare den zweistelligen Bereich nicht überschreitet.

5 [www.br-online.de/bayerisches-fernsehen/frankenschau/frankenschau-archiv-090621-ID1245856210358.xml?\\_requestid=20940](http://www.br-online.de/bayerisches-fernsehen/frankenschau/frankenschau-archiv-090621-ID1245856210358.xml?_requestid=20940) (05.11.2009). Mittlerweile wurde das Projekt an dem vorgesehenen Standort gestoppt, die Umsetzung an einem anderen Ort wird aber geprüft ([www.frankenpost.de/nachrichten/regional/ofrbay/art2389,1110088,05.11.2009](http://www.frankenpost.de/nachrichten/regional/ofrbay/art2389,1110088,05.11.2009)).

6 Dass sich die Geschichtswissenschaften im Allgemeinen zu wenig um die Medien kümmern, was einen geringen Einfluss auf das populäre Geschichtsbild zur Folge hat, stellt Quandt (2007: 181) fest.

ausgerichteten Markt bestehen zu können (vgl. Mandel 2005). Deswegen sollen in dieser Forschung auch ökonomische Kriterien bei der Gestaltung von kulturhistorischen Wissensprodukten erläutert werden. Die unterschiedlichen Ziele der *scientific community* und der anderen Anbieter haben möglicherweise zur Folge, dass die Diskrepanz zwischen der Art der Präsentation von archäologischen Themen in populären Medien und in Fachorganen immer größer wird. Die Frage, ob eine zunehmende Differenzierung oder eine Angleichung dieser beiden Bereiche stattfindet, ist Teil dieser Forschungsarbeit. Darüber hinaus kann das Erläutern des medialen Kontextes hilfreich sein, das von fachlicher Seite produzierte, archäologische Wissen jenseits von Fachpublikationen besser in die Öffentlichkeit zu transportieren. Die Öffentlichkeit generiert ihr Wissen gegenwärtig aus ganz unterschiedlichen Quellen. Offensichtlich ist, dass Journalisten, freie Buch-Autoren und – insbesondere im Internet – verstärkt auch Laien als einflussreiche Transformatoren und Multiplikatoren wissenschaftlicher Erkenntnisse fungieren.

Bisher wurde wenig empirische Forschung zur Popularisierung archäologischen Wissens durchgeführt. Meine Untersuchung kann diese mannigfaltigen Lücken in den verschiedenen Feldern nicht vollständig ausfüllen. Es ist jedoch mein Anliegen, Impulse zu liefern, um eine nur am Rande geführte Diskussion über die Vermittlung historischen Wissens an ein breites Publikum fächerübergreifend zu beleben.

## 2.2. FORSCHUNGSGEGENSTAND

„Many kinds of media are engaged in the representation of archaeology, and most of them are more widely popular than those provided by archaeologists themselves.“

(GARDNER 2007: 255)

Wissen wird durch ganz verschiedene Formate vermittelt. Diesbezüglich vollzieht sich seit einigen Jahren in vielen Bereichen der Gesellschaft ein tiefgreifender Wandel: Darstellungsweisen sind selbst bei althergebrachten Medien im Umbruch (s. Kap. 4.2.2), in kurzen Abständen eröffnen in Deutschland neue *Science Center*, im Fernsehen werden auf so vielen Kanälen wie nie zuvor Wissenssendungen ausgestrahlt und das Internet erreicht ständig neue Spitzenwerte in Verbreitungsgrad, Nutzungsdauer und Angebotsvielfalt. Aspekte dieser gesellschaftlichen Veränderungen werden ausführlich reflektiert und anschließend mit der Popularisierung von kulturhistorischem Wissen in Bezug gesetzt. Welche Akteure mit welchen Gründen welche Darstellungen in den deutschen Medien des 21. Jahrhunderts erzeugen, steht im Zentrum meiner Forschung. Die allgemeinen Aussagen werden

anhand der Vermittlung von archäologischem Wissen über den Alten Orient exemplarisch untersucht. Dazu analysiere ich eine Auswahl von Medienformaten:

*Ausstellungen* bilden eine einflussreiche Popularisierungsform, indem sie ein Massenpublikum erreichen. Ausstellungen stellen in dieser Forschung einen Schwerpunkt dar, wobei in den Fallbeispielen zwei Sonderausstellungen näher betrachtet werden, in denen Kulturen des Alten Orients dargestellt sind. Ferner gehört eine Ausstellung über das Alte Ägypten zum Untersuchungsgegenstand, da aufgrund der innovativen Vorgehensweise der Ausstellungsmacher neue Tendenzen beschrieben werden können. Um aktuelle Trends im Ausstellungswesen aufzuzeigen, liegt der Fokus auf Sonderausstellungen der Jahre 2008 bis 2010. Dabei untersuche ich sowohl solche Ausstellungen, die von öffentlich finanzierten *Museen* mit historisch ausgebildeten Fachvertretern initiiert wurden, als auch eine Ausstellung, die gänzlich privat finanziert und produziert wurde. Außerdem werden *Fernsehdokumentationen* der ZDF-Reihe *Terra X* analysiert, da diese ein Millionenpublikum erreichen und damit sehr wirkmächtige Bilder schaffen. Ich beziehe Sendungen mit ein, die zwischen 1999 und 2009 produziert wurden und explizit Themen aus dem Alten Orient zum Inhalt haben. Als weiteren Aspekt meiner Forschung sind die Veränderungen der Wissensverbreitung durch das *Internet* angeführt. Dazu wird die Sachlage beleuchtet, dass nicht mehr nur für die traditionellen Akteure aus der Medienbranche, sondern prinzipiell für jeden die Möglichkeit gegeben ist, Wissen durch das Internet zu verbreiten. Anhand von einigen Beispieleseiten wird eine Situationsbeschreibung dazu geliefert, welche archäologischen Angebote existieren und welche Akzeptanz sie erfahren.<sup>7</sup>

Um nicht nur von der Außenperspektive Beschreibungen zu liefern oder spekulative Deutungen über die Gründe der jeweiligen Produktionsweise anzustellen, führe ich neben den Fallbeispiel-Studien qualitative Interviews durch. Dazu werden unterschiedliche Akteure der *Produktion* geschichtlichen Wissens sowie Akteure der *Vermittlung* von Geschichte befragt. Damit sollen Hintergrundinformationen und Meinungen herausgefunden werden, die das Verhalten der originären Wissensproduzenten prägen bzw. zu den Endprodukten der Wissensvermittler führen.

---

7 Einige wichtige diskursprägende Elemente habe ich in meinem Forschungssample ausgewählt – und bin mir dabei bewusst, dass noch eine Vielzahl von weiteren Faktoren relevant ist. Was in dieser Untersuchung beispielsweise unbehandelt bleibt, sind Analysen von Radiobeiträgen, Comics, Computerspielen, Romanen, Hörbüchern, Rollenspielen, Zeichentrickfilmen, Lehrfilmen, Tourismus, Werbung sowie die Wissensaneignung durch verbale *face-to-face* Kommunikationsformen. Beiträge in Printmagazinen sowie Spielfilme werden ebenfalls nicht eigens untersucht, vorhandene Forschungsarbeiten darüber jedoch in die Analyse integriert.

## 2.3. ZIELE

Diese Forschung will mit ihrem interdisziplinären Ansatz einen Beitrag zum tieferen Verständnis der populären Wissenskulturen leisten. Durch die Publikation soll auch eine verbesserte Kommunikation zwischen Produzierenden und Vermittlern von geschichtlichem Wissen eröffnet werden. Sie soll dazu beitragen, die existierende Kluft zwischen den verschiedenen Systemen ‚Wissenschaft‘ und ‚Medienbranche‘ zu verringern. Einerseits herrscht partiell eine ablehnende Haltung von Wissenschaftlern gegenüber gewissen populären Medienformaten vor. Andererseits wird der vielzitierte Elfenbeinturm der Wissenschaft deswegen bemängelt, weil Wissenschaftler ohne explizite Berücksichtigung ihres Umfeldes Forschung betreiben. Meine Forschungsarbeit soll Bausteine liefern, mit denen Brücken gebaut werden können, die Wege in und aus dem Turm bereitstellen, so dass Personen aus unterschiedlichen Feldern andere Berufsgruppen besser kennen und damit verstehen lernen (vgl. Müller 2004b: 114; Korbmann 1992). Die Perspektive der Vermittlenden und der Rezipierenden wird erläutert. Diese Gebiete jenseits der fachwissenschaftlichen Perspektive werden bisher in den archäologischen Publikationen nur spärlich aufgegriffen und nehmen daher einen großen Umfang in dieser Studie ein. Dadurch können archäologisch Interessierte vertiefte Kenntnisse im Bereich der Wissenschaftskommunikation und der Medienlandschaft bekommen und fundiertere Bewertungen der Medienprodukte vornehmen. Außerdem können Möglichkeiten sichtbar werden, wie Archäologen konstruktiv in die Vermittlung der Inhalte eingreifen können (vgl. Benz/Liedmeier 2007: 153). So könnte langfristig seitens der Wissenschaft besser dem Auftrag nachgekommen werden, eine breite Öffentlichkeit mit seriösen Informationen zu versorgen. Für Mitarbeiter der Medienbranche können sich Ansätze dafür ergeben, die Herausforderung zwischen inhaltlich korrekter Wissensvermittlung und dem notwendigen wirtschaftlichen Erfolg des Produktes bewältigen zu können.

Die Synthese der theoretischen Reflexionen, der konkreten Medienanalyse sowie der Interviews soll es gestatten, Aussagen über die Konsumption, Transformation und anschließende erneute Produktion archäologischen Wissens in populären Wissenskulturen zu treffen. Sie soll ermöglichen zu erkennen, wie Geschichte im öffentlichen Diskurs konstruiert wird. Daraus können auch gesellschaftliche Bedürfnisse deutlich werden, die von Wissenschaftlern zukünftig behandelt werden können. Problemfelder zwischen den akademischen und den populären Wissenskulturen werden ebenso genannt wie Forderungen für zukünftige Umsetzungen. Ein Hauptziel der Forschung ist es, eine Diskussion über die aufgezeigten Spannungsfelder anzustoßen und fächerübergreifende Anregungen zur kritischen Selbstreflexion der kulturhistorischen Disziplinen zu liefern. Deswegen ist eine ausführliche Bestandsaufnahme des vielschichtigen Diskurses sowie eine Vielzahl an – durchaus

provokanten – Aussagen von Autoren unterschiedlicher Disziplinen sowie an Literaturhinweisen integriert.

## 2.4. FRAGESTELLUNGEN

Die Schwerpunkte dieser Untersuchung liegen auf folgenden Fragenkomplexen:

- Wie sind die aktuellen medialen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für Wissensvermittlung beschaffen? Welche Wege und Initiativen zur Popularisierung von Wissen gibt es momentan, welche Trends zeichnen sich für die Zukunft ab?
- In welchem Kontext agieren welche Akteure, die zur Schaffung und Verbreitung von Orientbildern in Wissenschaft, Museen und populärkulturellen Medien beitragen? Welchen Einfluss hat die Erwartungshaltung der ‚Öffentlichkeit‘, was sind die Bedürfnisse der Produzierenden? Welche Spannungsfelder treten zwischen wissenschaftlicher und kommerzieller Vorgehensweise auf?
- Wie hoch ist die Nachfrage der Rezipierenden hinsichtlich der verschiedenen Vermittlungsangebote von historischem Wissen? Welche Faktoren sind von Bedeutung, wenn Akteure außerhalb der *scientific community* Geschichtsbilder kreieren?
- Welche Darstellungsformen über archäologische Themen existieren gegenwärtig? Wie ist die inhaltliche Beschaffenheit des populären historischen Wissens: Unterscheidet sich die Wahl der behandelten Themen sowie des Vermittlungsstils nach der Art der Medien? Sind geschlechterspezifische Merkmale erkennbar? Werden Bezüge zur gegenwärtigen Situation im Vorderen Orient oder zur Lebenswelt der Rezipierenden hergestellt?

## 2.5. GLIEDERUNG

Nach kurzen Erläuterungen über die Terminologie erfolgen Angaben zur Theorie und Methodik des Forschungsprojektes. Daraufhin sind generelle Angaben zur Mediennutzung, zur Wissensgesellschaft sowie zur aktuellen Situation der verschiedenen Arten von Wissensvermittlung und Wissensaneignung zu finden. Die Erlebnisorientierung der Gesellschaft wird diesbezüglich intensiver betrachtet. Eine Übersicht über die öffentlichen Darstellungen von Archäologie und die Beschäftigung innerhalb der archäologischen Disziplin schließt daran an. Nachfolgend werden generelle Betrachtungen zum Ausstellungswesen und zum Fernsehen mit eigenen Analysen von Sonderausstellungen bzw. Dokumentarfilmen ergänzt. Allgemei-

ne Merkmale des Internets sind ebenso wie entsprechende archäologische Angebote im nächsten Kapitel beschrieben, bevor Ergebnisse von Interviews mit diversen Berufsvertretern präsentiert werden. In die anschließende Synthese der Teilthemen ist eine allgemeine Reflexion der Wissensvermittlung im Generellen sowie hinsichtlich der Archäologie eingebunden. Ein persönlicher Ausblick unter Berücksichtigung von momentanen und zukünftigen Entwicklungen der Wissenspopularisierungen schließt die Publikation ab.

## 2.6. BEGRIFFSDEFINITIONEN

Im Folgenden skizziere ich einige Schlüsselbegriffe meiner Untersuchung, da neben verschiedenen Begrifflichkeiten für dieselbe Sache auch für bestimmte Begriffe verschiedene Definitionen existieren.

Am Begriff ‚Medien‘ bzw. ‚Medium‘ zeigt sich beispielhaft, welche Bandbreite an Auslegungen vorliegen kann. Vollbrecht verdeutlicht die weit auseinanderklaffenden Definitionen von ‚Medium‘: Eine DVD kann ein Medium sein, Luft kann als Trägermedium fungieren und Personen können als spiritistisches Medium bezeichnet werden,<sup>8</sup> um nur einige Verwendungsweisen zu nennen (Vollbrecht 2005). Ich verwende die Definition nach Borstnar/Pabst/Wulff (2002: 11ff), bei der ein Medium ein System der Informations- und Zeichenverarbeitung ist, welches spezifische Regeln der Produktion, Vermittlung, Verbreitung, Rezeption und Weiterverarbeitung der Inhalte aufweist. Ergänzend ist anzuführen, dass bei der Nennung eines einzelnen Mediums (wie z.B. des Internets) in diesem wiederum unterschiedliche Medienformate enthalten sein können. So kommen beispielsweise Kombinationen von Text, Bewegtbild und Grafik vor, was unter dem Begriff Intermedialität<sup>9</sup> zusammengefasst wird.

Der Begriff ‚Wissenschaft‘ ist zwar klar definiert, ‚Wissen‘ jedoch besitzt vielfältige Bedeutungen. Das von Wissenschaftlern unter festgelegten Kriterien des wissenschaftlichen Erkenntnisgewinns erzeugte Wissen wird explizit als ‚wissenschaftliches Wissen‘ bezeichnet. Während in wissenschaftlichen Veröffent-

---

8 Vor allem bis 1900, in der Esoterik auch heute noch, wurden Menschen als Medium bezeichnet, die für oder anstatt etwas sprechen.

9 Wagner (2005) beschreibt den Begriff als Verschränkung unterschiedlicher Medienfragen bzw. definiert damit Bezüge zwischen verschiedenen Medien. Darunter zu verstehen ist z.B. der Verweis in Printprodukten auf Videos zum Thema, die auf der dazugehörigen Webseite zu finden sind. Auch Übergänge von Informationen aus einem Medium in ein anderes gehören dazu und sind z.B. am Hinweis ‚Dieser Onlineartikel ist in der gedruckten Ausgabe XY erschienen‘ zu erkennen.

lichungen ausschließlich diese Wissensart zu finden ist, kommen in den Medien sowohl wissenschaftliche als auch außerwissenschaftliche Wissensformen vor. In dieser Forschung wird zwischen den verschiedenen Wissensarten unterschieden (siehe hierzu weiterführend Kap. 4.2.1). Zu den außerwissenschaftlichen Wissensformen zählt beispielsweise das Alltagswissen.

In meiner Untersuchung geht es wiederholt um die Meinung oder das Verhalten der ‚Öffentlichkeit‘. Die Bezeichnung ‚Öffentlichkeit‘ weist eine seit langem kontrovers diskutierte Verwendung auf (vgl. Schirrmacher/Nikolow 2007: 12, 21ff; Schmidt 2008: 70f; Salzmann 2007: 19-21, 31ff). Solch ein Sammelbegriff kann in den meisten Aussagen nur als fiktiver Stellvertreter eingesetzt werden, denn es existiert keine allumfassende, homogene Öffentlichkeit.<sup>10</sup> Selbst das spezifischere Publikum einer Ausstellung oder die Zuschauer einer Dokumentation sind sehr heterogen in ihrer sozialen Zusammensetzung und lassen sich nicht in eine übereinstimmende Kategorie einordnen. Der Begriff ‚Teilöffentlichkeiten‘ versucht, zumindest gewisse Differenzierungen und Gemeinsamkeiten zu fassen. Im Gegensatz zur besser spezifizierbaren *scientific community* bleibt der Begriff der ‚Öffentlichkeit‘ ein unscharfer Begriff, der von mir vorrangig als Funktionsbegriff für alle Personen verwendet wird, die keine Fachwissenschaftler im Bereich des jeweils behandelten Themenfeldes (zumeist Altertumskunde) sind. Der Ausdruck ‚Laie‘ wird in dieser Publikation mit der synonymen Definition verwendet.

Der Begriff ‚Diskurs‘ hat in verschiedenen Sprachen und Kulturen unterschiedliche Bedeutungen (vgl. Eder 2006; Landwehr 2008: 15; Keller 2008: 95). Allein in Deutschland wird der Terminus ‚Diskurs‘ vielschichtig und damit unpräzise verwendet. Landwehr hebt hervor, dass dessen inflationärer Gebrauch von manchen Autoren bereits beklagt wird: Statt ‚Diskurs‘ könnte häufig auch ‚Sprachgebrauch‘, ‚Aussage‘, ‚Text‘ oder ‚Diskussion‘ verwendet werden (Landwehr 2008: 16). In dieser Untersuchung werden unter ‚Diskurs‘ die im Folgenden aufgeführten Elemente verstanden: Im Sinne Foucaults, des einflussreichsten Vertreters der Diskurs-theorie, sind Diskurse Verbünde inhaltlich zusammengehöriger Texte (Foucault 1988). Diskurse werden als Praktiken definiert, die erst die Dinge bilden, von denen sie sprechen (ebd.: 74), es sind also von Forschern gebildete künstliche Konstrukte, um bestimmte Phänomene zu fassen, in dem die Bereiche des Machbaren, Sagbaren und Denkbaren Ausdruck finden (Landwehr 2008: 20). Die Komplexität des Untersuchungsgegenstandes ‚Diskurs‘ wird anhand folgender Aussage deutlich: Diskurse werden angesehen als „interaction in society“, denn „language users actively enga-

10 Schirrmachers Stufenmodell der Öffentlichkeit differenziert zwischen der breiten Öffentlichkeit, der gelegentlich interessierten Öffentlichkeit, der gebildeten/interessierten Öffentlichkeit, der Fachöffentlichkeit, Fachkreisen außerhalb des engeren Forschungsgebietes und der Fachwissenschaft (Schirrmacher/Nikolow 2007: 30; bzw. genauer in Schirrmacher 2008).

ge in text and talk not only as speakers, writers, listeners or readers, but also as members of social categories, groups, professions, organizations, communities, societies or cultures“ (von Dijk 1997: 3, zitiert in Fraas 2005: 3). Fraas weist auf diese gesellschaftliche Dimension von Diskursen hin, vor allem darauf, dass Diskurse auf Vermittlungsinstanzen angewiesen sind. Diskurse sind deswegen immer auch Mediendiskurse, weil Medien erst den Austausch möglich machen und die Diskurse durch die Art ihrer medialen Vermittlung prägen. Diskurse können durch ihre massenmediale Verbreitung gesellschaftliche Relevanz erlangen und Wissen bzw. Wirklichkeit kreieren.<sup>11</sup> Manchmal werden sie als etwas schwer Fassbares, aber eigenständig Mächtiges mit einer Eigendynamik, ja fast mit einer Persönlichkeit, definiert. Landwehr (2008: 20) betont daher, dass Diskurse weder etwas seien, was handelnd an die Stelle des Menschen tritt, noch seien es Wesen, die bestimmen, was wir denken bzw. tun. Diskurse üben zwar eine Definitionsmacht aus, diese Position ist jedoch ständig umstritten und umkämpft, was beispielsweise bei alternativen Deutungen archäologischer Sachverhalte deutlich zu Tage tritt (s. Kap. 5.3).

---

11 Mit der Untersuchung von bestimmten (Leit-)Medien lassen sich unter Umständen Ausgangspunkte eines Diskurses untersuchen, nie aber die Gesamtheit aller Aussagen eines ausgewählten Diskurses. Allein durch die – nach einem durch die Medien ausgelösten Startimpuls erfolgende – interpersonelle Kommunikation existieren schier endlose Verzweigungsmöglichkeiten eines Diskurses (Fraas/Klemm 2005).