

Hans-Joachim Gehrke, Miriam Sénécheau (Hg.): Geschichte, Arch  logie, Öffentlichkeit:
Für einen neuen Dialog zwischen Wissenschaft und Medien. Standpunkte aus Forschung und Praxis
(Historische Lebenswelten in populären Wissenskulturen | History in Popular Cultures, Band 4).
Bielefeld: transcript Verlag 2010.

**»SCHON HÖHLENMÄNNER BEVORZUGTEN
BLONDINEN«. GESELLSCHAFTLICHE UND
POLITISCHE FUNKTIONEN DER URGESCHICHTE
IM SPIEGEL VON MEDIENTEXTEN
BRIGITTE R  DER**

Prehistoric archaeology enjoys extraordinarily high and positive media coverage. Given that the discipline is considered an exotic subject not yielding any social profit, this is an astonishing phenomenon and raises the question as to what makes prehistoric archaeology so attractive. Based on an analysis of texts published in German and Swiss print media, the paper proposes that the treated prehistoric subjects do not only meet historical interests, but that they also fulfil social and political functions: Within prehistoric settings, highly charged topics such as gender and family relations, national and European identity as well as issues of everyday politics are negotiated. This provides prehistory with topicality and relevance for the present, explaining its attractiveness for the media, but also highlighting the danger of instrumentalisation. Against this background the contribution advocates an intensified reflection of the social and political functions of prehistory in the balancing act between historical reconstruction and political instrumentalisation.

Ein Orchideenfach als Medienliebling?

Weshalb schon die Höhlenmänner Blondinen bevorzugten, seit wann es Deutsche gibt, welchen Kriterien seit Urzeiten die Partnersuche folgt, oder weshalb der Kriegszug des *homo sapiens sapiens* gegen den Neandertaler letztlich ein Prozess natürlicher Auslese war, und was das weitergesponnen für die heutigen ›Loser der Evolution‹, d.h. für Hartz-IV-Empfänger, bedeuten könnte, – all diese Themen aus Medientexten der letzten Jahre haben eines gemeinsam: Sie betreffen vordergründig die ferne Urgeschichte, wirken aber dennoch hochaktuell und lebensnah, weil sie Antworten auf Fragen zu geben scheinen, die gesellschaftlich gerade debattiert werden. Damit erweitern sie die im Fachkollegium ver-

breitete Ansicht, dass es archäologische Themen nur dann in die Medien schaffen, wenn sie mit Schätzen, Sensationsfunden wie ›Ötzi‹ oder der Lüftung schauerlicher Geheimnisse wie der Vergiftung eines ägyptischen Pharaos aufwarten können, um einen wichtigen Aspekt: Auch jenseits solcher ›Top Stories‹ haben historische Themen Konjunktur.¹ Geschichte, insbesondere Ur-geschichte, verkauft sich gut. Der Ausgangspunkt meines Beitrags ist denn auch die außerordentlich hohe und nach wie vor wachsende Medienpräsenz der Prähistorischen Archäologie (vgl. Benz/Liedmeier 2007: 155-160).

Urgeschichtliche Themen geben immer wieder Stoff für Titelgeschichten, Serien oder Themenhefte großer Magazine ab. Meldungen wie »Schon Höhlenmänner bevorzugten Blondinen« (Welt Online 2006) verbreiten sich via Nachrichtenticker innerhalb kürzester Zeit über den ganzen Erdball. In Radio-Features debattieren ExpertInnen über die sozialen Verhältnisse in der Urgeschichte, und im Vorabendprogramm lässt sich unter der Rubrik ›Living Science‹ bzw. ›Doku-Soap‹ verfolgen, wie Zeitgenossen in einem Pfahlbaudorf als ›Steinzeitmenschen‹ leben.²

Für ein so genanntes Orchideenfach, das angeblich keinen gesellschaftlichen Nutzen abwirft, ist diese Medienpräsenz erstaunlich. Und so stellt sich die Frage, was die Attraktivität der Urgeschichte für die Medien und deren NutzerInnen ausmacht. Meine These ist, dass Medientexte mit urgeschichtlichen Inhalten nicht nur historischen Interessen entgegenkommen und mit abenteuerlichen Entdeckungsgeschichten und exotisch-geheimnisvollem Flair unterhalten (vgl. Holtorf 2007; 2008; 2009), sondern dass sie auch handfeste gesellschaftliche und politische Funktionen erfüllen: Vor urgeschichtlichen Kulissen werden Themen verhandelt, die von hoher Brisanz und Relevanz sind – darunter etwa Familien- und Geschlechterverhältnisse, Fragen der regionalen, nationalen und europäischen Identität sowie tagespolitische Ereignisse. Die Attraktivität urgeschichtlicher Themen für die Medien beruht also auch auf ihrer gesellschaftlichen und politischen Aktualität.

Diese These mit Fallbeispielen zu untermauern, ist ein Anliegen des vorliegenden Beitrags. Weiter beschäftigt er sich mit Chancen und Risiken, die sich aus der gesellschaftlichen und medialen Attraktivität der

1 Vgl. den Beitrag von Siebo Heinken in diesem Band.

2 Im Sommer 2006 produzierten SWR und BR die Fernsehdokumentation *Steinzeit – leben wie vor 5000 Jahren* (nähere Informationen unter www.swr.de/steinzeit/html/DAS_EXPERIMENT.html; Zugriff am 2. März 2010). Im Sommer 2007 folgte die Dokumentation *Pfahlbauer von Pfyn* des Schweizer Fernsehens (nähere Informationen unter www.sf.tv/sendungen/pfahlbauervonpfyn/manual.php?docid=pfahlbauervideo; Zugriff am 2. März 2010).

Archäologie ergeben – konkret mit der Frage, wie ArchäologInnen und MedienvertreterInnen mit der konstatierten Aktualität umgehen können. Als Basis für diese abschließenden Überlegungen werden im Folgenden zunächst einige Gedanken zum Verhältnis von Wissenschaft, Medien und Gesellschaft entwickelt.

Gedanken zum Verhältnis Wissenschaft – Medien – Gesellschaft

Ein gängiges Bild für den Wissenschaftsbetrieb war bis vor kurzem der Elfenbeinturm. Von der Alltagswelt völlig entrückt, abgehoben und folglich etwas weltfremd stellte man sich die Wissenschaftler vor, die irgendwo in den oberen Stockwerken Wissenschaft betreiben. Das von ihnen geschaffene Wissen hatte den Nimbus des ›Reinen‹, ›Unverfälschten‹ und des ›Wahren‹ – Konnotationen, die mit Farbe und Charakter des Elfenbeins bestens harmonieren. Diesem Bild entsprechend wäre die Verbreitung von Wissen ein Prozess, der nur in eine Richtung – und zwar von oben nach unten – verläuft: Die Wissenschaft ›oben‹ in ihrem Elfenbeinturm generiert Wissen, das jedoch zuerst ›vereinfacht‹ und ›übersetzt‹ werden muss, bevor es ›nach unten‹ an die Gesellschaft bzw. die Öffentlichkeit vermittelt werden kann. Diese Vermittlungs- und Übersetzungsrolle wird den Medien zugeschrieben, die wissenschaftliche Erkenntnisse für die Öffentlichkeit aufbereiten. Mit diesem Popularisierungsmodell sind »spezifische normative Vorstellungen hinsichtlich der gesellschaftlichen Strukturen und Funktionen sowohl der Wissenschaft als auch des Journalismus« verbunden (vgl. Bonfadelli 2006: 199 mit Bezug auf Nowotny 1999). Dazu gehört u.a. die Idee, dass Wissenschaft, Politik und Alltagsleben getrennte Sphären seien (ebd.); des Weiteren ist damit auch eine hierarchische Vorstellung von Wissensformen verbunden, derzufolge »wissenschaftliches Wissen überlegen und höhergeordnet, populäres Alltagswissen, der sogenannte ›gesunde Menschenverstand‹«, nachrangig sei (Weingart 2001: 233).

Kommen wir konkret zu Texten, in denen das Verhältnis von Archäologie, Gesellschaft und Medien reflektiert wird. Ganz der Logik des beschriebenen »Aufklärungsmodells« (Weingart 2001: 233) folgend, schreibt Dieter Kapff, Redakteur bei der Stuttgarter Zeitung, in einem Artikel zum Thema »Journalisten und Archäologie. Gedanken zum Stellenwert der Archäologie und der Zusammenarbeit von Wissenschaft und Presse« Folgendes: »Der Journalist ist ja Vermittler oder Übersetzer. Als solcher muß er beide Sprachen sprechen, die des Wissenschaftlers und die des Zeitung lesenden Lieschen Müller« (Kapff 2004: 127). Dem

»Zeitung lesenden Lieschen Müller« fällt in diesem Modell die Rolle der passiven Rezipientin zu.

Diese Vorstellung von Wissenschaftspopularisierung als Top-down-Prozess, in dem die Medien eine Mittlerposition zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit haben, wird jedoch zunehmend kritisiert. Geneviève Lüscher, eine Schweizer Wissenschaftsjournalistin und Prähistorikerin, wehrt sich vehement gegen diese Rollenzuschreibung. In einem Beitrag mit dem Titel »Archéologie et journalisme« schreibt sie:

»Le journalisme scientifique n'est pas au service de la science. Il n'en est pas le porte-parole, mais poursuit toujours les intérêts des lectrices et des lecteurs. Les scientifiques s'attendent, à tort, à ce que les journalistes accordent à leur cause un soutien sans faille tout en gardant eux-mêmes le contrôle de la communication vers l'extérieur. Il n'en est rien. Les journalistes sont autonomes et rendent compte, de manière scientifiquement correcte, de leur point de vue et comme bon leur semble. Ce sont eux qui décident de ce qui intéresse et n'intéresse pas le public« (Lüscher 2008: 25).

Diane Scherzler, ebenfalls ausgebildete Prähistorikerin und heute als Autorin und Redakteurin für den Südwestrundfunk tätig, definiert Wissenschaftsjournalismus als »Journalismus, der die Wissenschaft beobachtet und sie als Informationsquelle nutzt« (Scherzler 2008: 134 Anm. 2) und schlägt in dieselbe Kerbe:

»Massenmedien sind nicht dafür da, Wissenschaft eins zu eins in die Öffentlichkeit zu tragen. Redakteure und Journalisten machen keine Werbung für Wissenschaft und Museen. Sie sind auch nicht die Übersetzer wissenschaftlicher Inhalte für ein breites Publikum. Sie leisten allerdings die Einordnung eines Themas in einen breiteren Kontext, der für ihre Leser/Zuschauer/Zuhörer interessant ist« (Scherzler 2005: 154).

Die Abgrenzung des Wissenschaftsjournalismus gegen Wissenschaftspopularisierung bzw. Wissenschaftskommunikation, die in den zitierten Positionen zum Ausdruck kommt, leuchtet unmittelbar ein. Anliegen, Ziele, Strukturen und Funktionen sind nicht deckungsgleich.³ Die Wissenschaftspopularisierung bzw. Wissenschaftskommunikation sollte deshalb von den WissenschaftlerInnen selbst und von entsprechenden Fachstellen geleistet und nicht als Dienstleistung von JournalistInnen erwartet werden.

In den zitierten Passagen kommt noch ein weiterer wesentlicher Aspekt zum Ausdruck: Das Selbstverständnis von Wissenschaftsjourna-

3 Siehe dazu auch Bonfadelli (2006: 197f. mit Abb. 4).

listInnen wandelt sich. Parallel dazu verändern sich das Selbstverständnis und die Fremdwahrnehmung von WissenschaftlerInnen, und so wird auch das Bild vom Elfenbeinturm zunehmend in Frage gestellt: Miriam Voss, Referentin für Wissenschaftskommunikation an der TU München, schrieb kürzlich: »Die Wissenschaft hat ihren Elfenbeinturm vielleicht nicht verlassen, aber Türen und Fenster sperrangelweit geöffnet« (Voss 2009: 30). Und Heinz Bonfadelli, Publizistikwissenschaftler an der Universität Zürich, konstatiert gar: »Die Wissenschaft wandelt sich vom Elfenbeinturm zum öffentlichen Marktplatz« (Bonfadelli 2006: 201). Dieses auf Interaktion ausgelegte Bild vom Marktplatz übernimmt Bonfadelli von der Wissenschaftsphilosophin und Wissenschaftsforscherin Helga Nowotny (1999), die dieses Konzept mit Peter Scott und Michael Gibbons in ihrem gemeinsamen Buch *Wissenschaft neu denken: Wissen und Öffentlichkeit in einem Zeitalter der Ungewissheit* (Nowotny/Scott/Gibbons 2005) weiterentwickelt hat. Darin stellt das Autorenteam fest,

»[...] daß es immer schwieriger geworden ist, eine klare Demarkationslinie zwischen Wissenschaft und Gesellschaft zu ziehen. Die grundlegenden Kategorien der modernen Welt – Staat, Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur (und Wissenschaft) – sind durchlässig und problematisch geworden. Sie bezeichnen keine ohne weiteres voneinander abgrenzbare Bereiche mehr« (ebd.: 65). »Die Wissenschaft hat die Gesellschaft durchdrungen und ist ihrerseits von der Gesellschaft durchdrungen worden. [...] In diesem Sinne läßt sich von einer Koevolution beider sprechen« (ebd.: 67).

Unter Koevolution verstehen die AutorInnen »ein [...] System der Interaktion zwischen Wissenschaft und Gesellschaft« (ebd.: 306), und sie präzisieren, »daß Wissenschaft und Gesellschaft (in dem Grad, in dem sie überhaupt noch als getrennt bezeichnet werden können) denselben oder ähnlichen treibenden Kräften unterliegen« (ebd.: 65). Als treibende Kräfte haben Nowotny, Scott und Gibbons unter anderem das »allgemeine Anwachsen von Ungewissheit« und »den wachsenden Einfluß neuer Formen ökonomischer Rationalität« identifiziert (ebd.: 65); auf »das allgemeine Anwachsen von Ungewissheit« werde ich später im Kontext der archäologischen Fallbeispiele zurückkommen. Die Macht der Medien habe sich deutlich vergrößert, schreiben sie, denn in den wechselhaften Beziehungen zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit nähmen sie hinsichtlich der Formung und Umgestaltung der öffentlichen Vorstellungen über die Wissenschaft eine beherrschende Rolle ein (ebd.: 264).

Die Feststellung, dass die Beziehung zwischen Wissenschaft und Gesellschaft enger und intensiver geworden ist und eine Veränderung der Kräfteverhältnisse stattgefunden hat, treffen auch andere Wissenschaft-

ler, die sich mit dieser Thematik befassen. Der Soziologe Peter Weingart charakterisiert dieses Phänomen als »Wissenschaft-Medien-Kopplung« und hebt dabei vor allem auf die »Medialisierung der Wissenschaft« ab, unter der er eine zunehmende »Orientierung der Wissenschaft an die Medien« versteht (Weingart 2001: 252). Die Gründe für diese Entwicklung sieht er zum einen im enormen Bedeutungszuwachs, den die Medien bei der Prägung des öffentlichen Bewusstseins, der politischen Meinung und letztlich der Weltwahrnehmung erlangt hätten. Als einen weiteren Grund macht er die verstärkte Konkurrenz sowohl innerhalb der Wissenschaft als auch zwischen ihr und anderen gesellschaftlichen Teilbereichen um knappe Ressourcen und damit um öffentliche Aufmerksamkeit aus (vgl. ebd.).

Der Politikwissenschaftler Pietro Morandi verortet die aktuelle Entwicklung im Kontext eines seit den 1990er Jahren stattfindenden Prozesses der »Entzauberung«, durch den die frühere Rolle der Wissenschaft als »Instanz der gesellschaftlichen Sinnstiftung und als *pouvoir spirituel*« mehr und mehr an Bedeutung verliere (Morandi 2006: 39, 49). Mit diesem Bedeutungsverlust ist laut Morandi auch ein Machtverlust verbunden, denn er kommt zum Schluss, dass die Wissenschaft »zunehmend unter die ›Fremdherrschaft‹ von Gesellschaft, Politik und Wirtschaft« gerate (ebd.: 49). Trotz der konstatierten Machtverschiebung zugunsten der Medien sieht auch Morandi wechselseitige Aspekte in dieser Entwicklung, so beispielweise eine »Verwissenschaftlichung« von Politik und Wirtschaft, auf die er an anderer Stelle hinweist (ebd.: 54).

In diesem Prozess der Neukonstituierung des Verhältnisses von Wissenschaft, Gesellschaft, Politik und Wirtschaft verändern sich jedoch nicht nur die Bedeutung und die Funktion der Medien. Auch die Rolle der so genannten Laien gestaltet sich neu: Im Zeitalter von Internet und Wikipedia ist aus ›Lieschen Müller‹ eine ›Expertin‹ geworden. »Heute sind wir alle Experten«, konstatieren denn auch Nowotny und ihre Kollegen (Nowotny/Scott/Gibbons 2005: 274) – und dieser Effekt dürfte im Fall der Archäologie noch wesentlich stärker zum Tragen kommen als bei den Nanowissenschaften oder der Teilchenphysik. Die Kluft zwischen ›Laien‹ und ›Experten‹ schließt sich zunehmend (vgl. Morandi 2006: 39). Die ›Laien‹ sind heute gebildeter und verfügen über bessere Informationen. Dieser Umstand führt laut Weingart allerdings nicht automatisch zu größerer Zustimmung gegenüber der Wissenschaft, sondern stärkt vor allem die Bereitschaft und Fähigkeit, Kritik zu äußern (vgl. Weingart 2001: 248). Die Vorstellung, dass die Öffentlichkeit aus passiven Wissens-Rezipienten besteht, die das Wissen, das man ihnen vermittelt, *tel quel* übernehmen, ist also nicht mehr haltbar. Dasselbe gilt für die Sichtweise, dass die ›Öffentlichkeit‹ ein erratischer Block sei. So ver-

weist Weingart darauf, »dass es *die* Öffentlichkeit, die in ihren Interessen homogen ist und wissbegierig auf die Informationen der Wissenschaft wartet, nicht (mehr) gibt« (ebd.: 249).⁴

Damit sind wir bei einer weiteren wesentlichen Veränderung angelangt: Wissen wird heute nicht mehr nahezu ausschließlich von der Wissenschaft generiert und von den Medien an die Öffentlichkeit vermittelt. Vielmehr gibt es heute eine Vielzahl von Bereichen, in denen Wissen generiert, vermittelt, transformiert und neu konstituiert wird – die Medien sind einer davon. Auf diesen Aspekt hebt Weingart ab, wenn er mit Verweis auf die aktuelle Arbeitsweise der Medien und ihre Rahmenbedingungen ausführt, dass »die Medien nicht als Überbringer ›realitätsgetreuer‹ Repräsentationen wissenschaftlicher Erkenntnisse fungieren können. Sie konstruieren ihre eigene Realität, genauso wie die Wissenschaft auch« (ebd.: 238). Indem die Medien Realität konstruieren und vermitteln, produzieren sie Wissen und treten damit zu den traditionellen Wissensproduzenten, den WissenschaftlerInnen, in Konkurrenz. Diese Konkurrenz, die für das zuweilen angespannte Verhältnis von Wissenschaft und Medien mitverantwortlich sein dürfte, spielt auch auf der Ebene der Wissenslegitimation. Zu den Validierungskriterien der Wissenschaft kommen auf Seiten der Medien nämlich weitere Verlässlichkeitskriterien hinzu: die Verbreitung der betreffenden Information (Auflage, Quote) und die Zustimmung des Publikums (vgl. ebd.: 239). Für WissenschaftlerInnen hat das zur Folge, dass sich ihnen in Form von medialer Prominenz zusätzlich zur wissenschaftlichen Reputation eine neue Quelle von Anerkennung erschließt. Da mediale Prominenz nicht nur im gesellschaftlichen, sondern auch im wissenschaftlichen Umfeld wahrgenommen und positiv bewertet wird, kann sie sich folglich auf die wissenschaftliche Karriere und die Zusprache von Forschungsmitteln auswirken. Medienprominenz und eine geschickte Instrumentalisierung der Medien setzen also auch in der *scientific community* eine Dynamik in Gang, die für einzelne WissenschaftlerInnen und ganze Fachbereiche sehr positiv sein kann, die zuweilen aber auch höchst problematische Kehrseiten hat (vgl. ebd.: 253-281; Scherzler 2008: 129).

Doch zurück zu den Medien: Wenn JournalistInnen ihre gesellschaftliche Rolle als die der ›kritischen Beobachter‹ charakterisieren und die Kontrollfunktion des Journalismus betonen, ist das vor allem eine Innensicht, vielleicht auch eine gängige Form der Selbstdarstellung. Aus der Außenperspektive sind hier die eben angesprochenen Funktionen zu ergänzen, insbesondere der von Weingart (2001: 252) konstatierte Um-

4 Was die Heterogenität der ›Öffentlichkeit‹ speziell für die Öffentlichkeitsarbeit archäologischer Institutionen bedeutet, hat Diane Scherzler dargelegt (vgl. Scherzler 2007).

stand, dass die Medien in erheblichem Maße das öffentliche Bewusstsein, die politische Meinung und die Weltwahrnehmung prägen. Die Medien können gezielt wissenschaftliche Themen lancieren und verbreiten, die legitimatorisch relevant sind, und so gesellschaftspolitisch agieren. Unter bestimmten Bedingungen kann das bis zur Entstehung »großer politisch relevanter Themenkomplexe« führen (ebd.: 253). All dies geschieht nicht kontextlos, sondern entlang gesellschaftlicher Diskurse, d.h. entlang handlungsleitender Denkmuster, die wie ein Grundraster die gesamte Gesellschaft – und damit Wissenschaft, Öffentlichkeit und Medien in gleicher Weise – durchziehen. An diesen Diskurslinien knüpfen die Medien an, wenn sie auswählen »ce qui intéresse et n'intéresse pas le public« (Lüscher 2008: 25), bzw. wenn sie ein Thema in einen breiteren Kontext einordnen, »der für ihre Leser/Zuschauer/Zuhörer interessant ist« (Scherzler 2005: 154). Für das Zielpublikum »interessant«, »relevant« und »aktuell« ist also das, was an vertraute Diskurse anknüpft – und somit auch gesellschaftliche und politische Funktionen erfüllen kann. Die gesellschaftliche und mediale Attraktivität wissenschaftlicher bzw. archäologischer Themen ist – so meine These – also umso größer, je enger die Themen mit gesellschaftlichen Diskursen verbunden sind. Und damit kommen wir zu den gesellschaftlichen und politischen Funktionen der Urgeschichte im Spiegel von Medientexten, die ich im Folgenden anhand von Fallbeispielen beleuchten möchte.

Fallbeispiele: Urgeschichte in Medientexten

Höhlenmänner und Blondinen: zeitlose Geschlechterverhältnisse?

Ende Februar/Anfang März 2006 verbreitete sich die Meldung, dass Männer schon seit der Steinzeit auf Blondinen stünden, innerhalb weniger Tage von Brasilien bis Südkorea in der ganzen Medienwelt. Auch im deutschsprachigen Raum war das Medienecho enorm und nachhaltig: Noch nach nunmehr vier Jahren ergibt die Eingabe »Höhlenmänner Blondinen« in eine Suchmaschine über 700 Treffer. Die Medienartikel finden sich unter den Rubriken »Evolution«, »Wissen«, »Bildung«, »Partnerschaft« oder »Vermischtes«. Fotos prominenter Blondinen, die für Sex-Appeal stehen, unter anderem Heidi Klum, Brigitte Bardot und Marilyn Monroe, suggerieren passend zum Text, dass Blondinen »zeitlos begehrenswert« seien. Allein der Bayerische Rundfunk weicht auf seiner Website von diesem Schema ab und erinnert daran, dass auch Blondinen nicht nur körperliche Reize haben: Er präsentiert die Fotomontage einer strah-

lenden Alice Schwarzer an der Seite eines verhärtet wirkenden, deutlich schwächeren Höhlenmannes. Darunter ist zu lesen: »Blond, aber nicht blöd: Alice Schwarzer mimt die Höhlenfrau« (BR-online 2007).

Die Story zu den Schlagzeilen und Bildern ist schnell erzählt: Gegen Ende der letzten Eiszeit habe Nahrungsmittelknappheit geherrscht, so dass die Männer zu immer gefährlicheren Großwildjagden genötigt worden seien, die für viele tödlich geendet hätten. Infolge des Nahrungs- und Männermangels hätten die noch verbliebenen Männer unter der großen Überzahl der auf einen Ernährer wartenden Frauen ›freie Auswahl‹ gehabt. Eine natürliche Mutation, die sich damals ereignet haben soll, habe der ›Qual der Wahl‹ jedoch ein rasches Ende bereitet: Erstmals seien zu dieser Zeit Frauen mit blondem Haar und leuchtend blauen Augen aufgetaucht, und die Männer hätten sich angesichts des Überangebotes an Fortpflanzungspartnerinnen für das ›Exotische‹ entschieden. Damit hätten sie einen starken Selektionsdruck auf die für blondes Haar und blaue Augen zuständigen Gene ausgeübt, was erkläre, dass Haar- und Augenfarben in Europa im Gegensatz zu anderen Teilen der Welt heute relativ variantenreich seien. Zur Validität dieser Forschungsergebnisse sei nur soviel angemerkt: Die Nachrichtenagenturen und JournalistInnen, die diese Story verbreitet haben, hätten gut daran getan, zu recherchieren, welche Expertise denn der Autor des wissenschaftlichen Originalbeitrags (Frost 2006), ein kanadischer Anthropologe, für die Altsteinzeit und die eiszeitliche Faunengeschichte Europas vorweisen kann: Laut eigenen Angaben auf seiner Website hat er zum Thema bisher weder publiziert noch gearbeitet.

Doch zurück zum Inhalt dieser Artikel, die sich sehr ähnlich waren, sich also eng an die Agenturtexte hielten. Was konnte die Leserschaft nun aus diesen Artikeln lernen? Die Texte transportierten folgende Inhalte:

- Die Rolle der Männer war es seit jeher, Frau und Kind zu ernähren.
- Die Nahrungsgrundlage war die Jagd. Männer sind also ursprünglich Jäger.
- Frauen sind von Männern existentiell abhängig, weil sie nicht in der Lage sind, sich selbst und ihre Kinder zu ernähren.
- Deshalb geht die Partnerwahl stets von den Männern aus.
- Schon seit Urzeiten finden Männer blonde Frauen sexuell attraktiver.
- Die sexuelle Orientierung des Menschen ist grundsätzlich heterosexuell und monogam.
- Die übliche Form des Zusammenlebens ist die Kleinfamilie, bestehend aus einem monogamen Paar und den gemeinsamen Kindern.
- Und *last but not least*: Das alles ist wissenschaftlich bewiesen.

Die Relevanz dieser Themen für die Leserschaft liegt unmittelbar auf der Hand: Es geht um die Rollenverteilung und das Verhältnis zwischen Mann und Frau, um die beim Menschen angeblich übliche Partnerwahl, um sexuelle Attraktivität und um die angeblich übliche Form der sexuellen Orientierung, der Paar- und der Familienbildung. Kurz: All das sind Themen, die jede und jeden von uns zentral in unserer persönlichen Identität betreffen und elementare soziale Institutionen unserer Gesellschaft – d.h. Geschlechterverhältnis, Partnerschaft und Familie – berühren.

Nun könnte man einwenden, dass diesen Meldungen rund um die Höhlenmänner und Blondinen zuviel Gewicht eingeräumt wird, zumal manche Artikel auch einen gewissen Unterhaltungswert haben. Diesem Einwand möchte ich entschieden widersprechen: Die Botschaften, die von diesen Texten transportiert werden, sind stereotyp und finden sich auch in zahlreichen anderen publizistischen Texten. Sie werden in Bestsellern (vgl. Röder 2007b), Schulbüchern (vgl. Sénécheau 2005) und Filmen präsentiert und gaben u.a. den Stoff für ein äußerst erfolgreiches Theaterstück⁵ ab. Sie sind Teil des Alltagswissens und finden so auch Eingang in die wissenschaftliche Forschung (vgl. Röder 2004; 2007a). Sogar der Philosoph Peter Sloterdijk greift in einem *Spiegel*-Interview auf den Jäger und die Sammlerin zurück, um aus ihnen das »anthropologische Design«, also das angeborene Wesen von Männern und Frauen, abzuleiten (Sloterdijk 2006). Der Jäger und die Sammlerin sind eine Art urgeschichtliches Traumpaar, das in vielen aktuellen Debatten auftaucht: Es verkörpert das angeblich »ursprüngliche« und »natürliche« Geschlechterverhältnis. Es zeigt, wie Männer und Frauen »von Natur aus«, ihrem »anthropologischen Design« und ihrem »tiefsten Wesen« nach angeblich sind. Des Weiteren bietet das urgeschichtliche Traumpaar eine schlüssige Erklärung für die heutigen Turbulenzen zwischen den Geschlechtern. Schließlich gibt die Urgeschichte eine Kulisse und Argumentationsplattform für diejenigen ab, die am bürgerlichen Rollenmodell festhalten und den Slogan »Back to the roots!« – d.h. »Zurück in die Urgeschichte!« – propagieren (vgl. hierzu Röder 2007a; 2007b). Spätestens bei so deutlichen Handlungsaufforderungen wird die gesellschaftspolitische Dimension der Figur des urgeschichtlichen Jägers und der Sammlerin offensichtlich.

Deutsche und europäische Identitätspolitik mit Neandertalern und archäologischen Kulturen

In Medientexten zur Urgeschichte schwingen mitunter auch politische Themen mit. Ganz offensichtlich ist beispielsweise, dass seit einigen Jah-

5 Es handelt sich um *Caveman – Du sammeln. Ich jagen!* von Rob Becke.

ren mit den Neandertalern Identitätspolitik betrieben wird. Der *stern* etwa betitelt sie als »Die ersten Deutschen« (Güntheroth/Müller-Elsner 2005) und bringt unsere urgeschichtlichen Vetter so mit nationaler Identität in Verbindung. Als einzige Menschenart, die in Europa entstanden ist, lassen sich die Neandertaler aber auch als Identifikationsfiguren für eine europäische Identität vereinnahmen. Und so werden sie häufig – u.a. auf der Website von *planet wissen* als »Die ersten Europäer« (Wengel 2004) bezeichnet. Der Bayerische Rundfunk macht aus ihnen gar »Die einstigen Herren Europas« (BR-online 2006). Vor diesem Hintergrund ist es nur folgerichtig, dass das Image der »ersten Europäer« (Wengel 2004) immer positiver wird: Vom ›tierischen‹ und ›primitiven‹ ›Anderen‹ hat es der Neandertaler heute zum gescheiterten und sympathischen Vetter gebracht (vgl. Korinthenberg 2006). An dieser Imagepflege hat sich die Archäologie nach Kräften beteiligt.

Steilvorlagen für den von der EU geförderten Aufbau einer europäischen Identität (vgl. Tzanidaki 2000) liefert die Archäologie denn auch mit großen Ausstellungen, in denen die ›Wiege Europas‹ bzw. ›die Wiege der Zivilisation‹ mal im gerade beigetretenen Bulgarien, mal beim Beitrittskandidaten Türkei lokalisiert wird. Aufschlussreich sind in dieser Hinsicht Grußworte und Vorwörter von Ausstellungskatalogen, so z.B. das Grußwort des Kulturministers Bulgariens im Katalog zur Ausstellung *Die alten Zivilisationen Bulgariens. Das Gold der Thraker* aus dem Jahr 2007. Darin ist zu lesen, dass dies die erste von Bulgarien organisierte Ausstellung nach dem Beitritt zur Europäischen Union sei. Bulgarien wolle damit zeigen, dass das Land »während Jahrtausenden im Zentrum der europäischen Zivilisation« gelegen hätte (Danailov 2007: 7). Im Museumsshop des Antikenmuseums Basel, wo die Ausstellung gezeigt wurde, gab es eine Postkarte zu kaufen, die das bulgarische Staatsgebiet, bestückt mit archäologischen Goldobjekten, zeigt (Abb. 1). Diese ›goldreiche‹ und ›luxuriöse‹ Präsentation des Landes widerspricht der verbreiteten Vorstellung, dass Bulgarien das ›Armenhaus Europas‹ sei – ein Zufall?

Zur selben Zeit wie die Basler Bulgarienausstellung lief im Badischen Landesmuseum in Karlsruhe die Ausstellung *Vor 12.000 Jahren in Anatolien. Die ältesten Monumente der Menschheit*. Im Katalog zu dieser Schau ist man mit vergleichbaren politischen Botschaften konfrontiert. Im Vorwort des türkischen Generaldirektors für Kulturgüter und Museen ist zu lesen, dass die Ausstellung »der europäischen Gesellschaft die Möglichkeit [bietet], das tief verwurzelte kulturelle und soziale Erbe der heutigen Türkei, die sich im Integrationsprozess in die Europäische Union befindet, vorzustellen« (Düzgün 2007: 12). Und der türkische Minister für Kultur und Tourismus betont in seinem Grußwort, dass Anatolien

»stets Kulturbrücke zwischen dem Osten und dem Westen« gewesen sei und bezeichnet die dort ausgegrabenen archäologischen Fundstätten als »Erbe der Menschheit« (Koç 2007: 11).

Abbildung 1: Archäologische Funde können zur nationalen Image-Pflege eingesetzt werden: Diese Postkarte, die während der Ausstellung Die alten Zivilisationen Bulgariens. Das Gold der Thraker verkauft wurde, zeigt das bulgarische Staatsgebiet, bestückt mit archäologischen Goldobjekten. Die ›goldreich‹ und ›luxuriöse‹ Präsentation des Landes widerspricht der verbreiteten Vorstellung, dass Bulgarien das ›Armenhaus Europas‹ sei.



Quelle: Art Tomorrow, Sofia.

Die Botschaften dieser Texte und Abbildungen sind klar: Europa war »schon immer«, »von Anfang an« eine kulturelle Einheit.⁶ Bulgarien und die Türkei gehörten »seit Urzeiten« dazu und trugen mit ihren alten Kulturen obendrein wesentlich zur »europäischen Zivilisation« (Danailov 2007: 7), zum »Erbe der Menschheit« (Koç 2007: 11), ja sogar zum »Weltkulturerbe« (Düzgün 2007: 12) bei. Solche Statements in Ausstellungskatalogen – weitere Beispiele ließen sich anfügen – stehen im Kon-

6 Es ist hier nicht der Ort, die Frage zu behandeln, ob das heutige Europa in der Urgeschichte als kulturelle Einheit mit einer kollektiven Identität existierte. Stattdessen sei auf einen Artikel Peter Burkes verwiesen, der diese Frage bereits für die Zeit vor 1700 *nach* Chr. mit einem klaren »Nein« beantwortet (vgl. Burke 2008).

text aktueller Bestrebungen, durch die Schaffung einer gemeinsamen historischen Vergangenheit eine kollektive ›europäische‹ Identität aufzubauen bzw. im Sinne Eric Hobsbawms eine gemeinsame Tradition zu ›erfinden‹ (vgl. Hobsbawm 2003). Aus dieser Perspektive betrachtet, betreibt die Archäologie, die in Ausstellungen und (populär-)wissenschaftlichen Publikationen für die Urgeschichte Europas eine kulturelle Einheit suggeriert, ebenso aktiv Identitätspolitik wie die Medien, die die Neandertaler als die ›ersten Deutschen‹ oder die ›ersten Europäer‹ aufbauen.

Klimaopfer und ›Loser‹-Typen: Das Aussterben der Neandertaler im Spiegel politischer Ereignisse und gesellschaftlicher Debatten

Für künftige HistorikerInnen dürfte es ein Leichtes sein, undatierte Medientexte über die Urgeschichte aufgrund ihrer deutlichen Bezüge zu politischen Ereignissen oder gesellschaftlichen Debatten zeitlich einzuordnen. Letztere stellen den »breiteren Kontext« dar (Scherzler 2005: 154), in den JournalistInnen die archäologischen Themen in ihren Artikeln setzen. Diese Einordnung ist jedoch ambivalent. Einerseits wecken JournalistInnen Interesse, wenn sie Inhalte so präsentieren, dass sie ihrem Zielpublikum unmittelbar ›relevant‹ und ›aktuell‹ erscheinen oder ihm eine spontane Identifikation erlauben. Das sichert nicht nur Quoten und Auflagen, sondern nützt, wie oben ausgeführt, u.U. auch der Archäologie bzw. anderen wissenschaftlichen Disziplinen, aus deren Arbeitsgebiet berichtet wird. Die Kehrseite ist allerdings, dass gerade das, was heute ›brandneu‹ erscheint, häufig am schnellsten veraltet. Vor diesem Hintergrund jagt eine These die andere. Diese Dynamik könnte man einerseits als Resultat einer rasant fortschreitenden Forschung werten. Andererseits könnten sich – und das erscheint mir weitaus nahe liegender – angesichts der extrem kurzen Halbwertszeit der Ergebnisse aber auch eine gewisse Skepsis hinsichtlich ihrer wissenschaftlichen Validität und der Eindruck einer gewissen Beliebigkeit einstellen. Im Folgenden werde ich dies mit einigen Schlaglichtern auf Medientexte über das Aussterben der Neandertaler illustrieren.

Um das Jahr 2000 waren aufgrund der damaligen politischen Ereignisse in der Öffentlichkeit die Themen Krieg und Genozid sehr präsent. 1997, drei Jahre nach dem Völkermord in Ruanda, brachte das Schweizer Nachrichtenmagazin *Facts* die Titelgeschichte »Genozid in der Steinzeit. Wie der Mensch den Neandertaler ausrottete« (Bahnsen 1997). Im Jahr 2000, also während des Kosovokriegs, bildete dieses Thema auch die Grundlage für eine Titelgeschichte des *Spiegel* (Schulz 2000); auf dem

Cover lautete sie »Der Krieg der ersten Menschen. Wie der *Homo sapiens* den Neandertaler verdrängte«; im Heft selbst war sie martialisch mit »Todeskampf der Flachköpfe« (ebd.: 240) überschrieben. Der *Spiegel*-Artikel folgt der Doktrin, dass der Krieg Vater aller Dinge bzw. der »Urkampf Motor aller Kultur« sei (ebd.: 244). Sein Autor vertritt damit die These, dass kulturelle Innovationen gegen Ende der Altsteinzeit, u.a. die Kunst, eine Folge des Krieges des modernen Menschen gegen den Neandertaler gewesen seien. Im schnoddrigen Stil des Autors liest sich das so: »Der Mensch wurde zum Bildhauer, weil er in die Fratze des Neandertalers blickte« (ebd.: 254). Diese Bewertung des vom Autor als Faktum präsentierten Verdrängungsprozesses, den er mit Bezug auf einen US-Autor auch als »pleistozänen Holocaust« bezeichnet (ebd.: 242), kommt ebenso in folgendem Zitat zum Ausdruck: »Ist Genozid der richtige Begriff, um unser Verhältnis zum Neandertaler auszudrücken?«, fragt der US-Forscher Peter Ward. Unstrittig ist: Nach dem Sieg erstrahlte die Welt des Menschen herrlicher denn je« (ebd.: 255).

Das Aussterben der Neandertaler beschäftigt Wissenschaft und Medien nach wie vor. Der Umstand, dass die Neandertaler wie bereits beschrieben in den Medien mittlerweile als die »ersten Deutschen« bzw. die »ersten Europäer« eingeführt sind, dürfte die mediale Attraktivität des Themas noch erhöhen. Der Erklärungsansatz Genozid ist aus den Schlagzeilen verschwunden. Er wurde von der Klimathese abgelöst, die das Verschwinden der Neandertaler als Folge einer Klimaveränderung erklärt, wobei sowohl eine Abkühlung als auch eine Erwärmung in Betracht gezogen werden. Der Neandertaler habe sich – im Gegensatz zum modernen Menschen – nicht an die veränderten Umweltverhältnisse anpassen können und sei möglicherweise ein »Opfer der Klimaerwärmung« geworden (u.a. Rötzer 2008). Inzwischen wird diese Interpretation revidiert: Das Klima sei doch nicht bzw. nicht alleine schuld am Aussterben der Neandertaler (z.B. bild der wissenschaft 2007; Becker 2007). Eine neue These wurde im Juli 2009 auf Basis einer DPA-Meldung lanciert: Mit Bezug auf die Ergebnisse von DNA-Analysen, die kurz darauf im Fachmagazin *Science* veröffentlicht werden sollten (Briggs et al. 2009), wurden nun demographische Gründe als Ursache für das Verschwinden »unserer Vетtern« angeführt: Sie seien einfach zu wenige gewesen, um sich auf Dauer fortpflanzen zu können (vgl. u.a. Basler Zeitung 2009). Damit sind wir bei der aktuellen Demographiedebatte angelangt, in deren Rahmen wir darüber sinnieren, ob die Deutschen und die Europäer in Bälde wohl aussterben werden.

Die meisten Medienberichte über archäologische und paläoanthropologische Themen scheinen auf Meldungen von Presseagenturen und diese wiederum auf Fachbeiträgen zu beruhen; in letzteren wird die gesell-

schaftliche Kontextualisierung der Forschungsergebnisse im Rahmen aktueller Debatten und Diskurse zum Teil schon vorgespurt. Wo also liegt das Problem? Das Problem besteht darin, dass durch die massenhafte Verbreitung von zum Teil fast wortgleichen, auf Agenturmeldungen basierenden Medientexten, deren Inhalte sich gesellschaftlich einfach kontextualisieren lassen, die in der Forschung vorhandene Multiperspektivität in den Medien nicht abgebildet wird. Die sich in Wellen ablösenden wissenschaftlichen Thesen erhalten so fast schon den Charakter von ›Modeerscheinungen‹, was in der Folge grundsätzliche Fragen nach der Glaubwürdigkeit wissenschaftlicher Ergebnisse aufwerfen könnte. Ein weiteres Problem besteht darin, dass die in den Medien breit gestreuten wissenschaftlichen Thesen aktuelle Diskurse bestätigen und somit festigen, da sie diese ja scheinbar ›wissenschaftlich belegen‹.

Um diese Einschätzung zu untermauern, sei noch einmal die Titelgeschichte des *Spiegel* aus dem Jahr 2000 über das Aussterben der Neandertaler angeführt (Schulz 2000). Dieser Text ist ungemein vielschichtig, in sich widersprüchlich und lässt verschiedene Lesarten zu. So kann man ihn etwa im Hinblick auf neoliberale Konzepte lesen.⁷ Diese sind u.a. geprägt von Wettbewerbsdenken, Ein- und Ausschlüssen sowie von der Idee, dass jedes Individuum für seinen Erfolg bzw. sein Scheitern ganz alleine verantwortlich sei. Diese Konzepte finden sich auch im *Spiegel*-Text. Der Wettbewerb zwischen dem modernen Menschen und den Neandertalern ist Grundthema des gesamten Artikels. In zahlreichen Passagen baut der Autor einen krassen Gegensatz zwischen einer ›Wir-Gruppe‹ und ›den anderen‹ auf. ›Wir‹, das sind die modernen Menschen, die »Krone der Schöpfung«, die »Siegertypen«. Uns zeichnen »hohe Schädel« und »filigrane Gliedmaßen« aus. Wir sind »Bildhauer«, gar »vorzeitliche Picassos«. Aufgrund unserer Anpassungs- und Innovationsfähigkeit haben wir den »struggle for life« für uns entschieden – und ergriffen deshalb im »Sturmlauf die Weltherrschaft«. ›Die anderen‹, das sind die ausgestorbenen Neandertaler: »bizarre Lebewesen«, »Loser-Typen«, die »Kniegelenke dick wie Kanonenkugeln« und eine DNA wie von einem »biologischen Alien« haben. Sie hatten »Fratzen«, waren Tiere, und da ihnen Anpassungs- und Innovationsfähigkeit abging, waren sie ein »Auslaufmodell der Evolution«. Sie hatten einen ruhmlosen Abgang von der Bühne der Menschheitsgeschichte, wurden »wie von Zauberhand [...] komplett ausgelöscht« (Schulz 2000). Die Dichotomie zwischen ›uns‹ und ›den anderen‹ wird im Text durch direkte Gegenüberstellungen konstruiert, so z.B. in folgender Passage: »Welch Kontrast tut sich auf! [...] Hier der geniale Fred Feuerstein, der als Krone der Schöpfung

7 Eine ausführliche Analyse des Artikels unter diesem Aspekt wird an anderer Stelle vorgelegt werden.

schließlich Atombomben baute und im Internet landete. Dort der Loser-Typ, vierschrotig, mit fliehender Stirn, ein Auslaufmodell der Evolution« (ebd.: 242). Obwohl der Autor an anderen Stellen mehrfach darauf verweist, dass der Neandertaler vom modernen Menschen im Rahmen eines Genozids ausgerottet worden sei, präsentiert er das Verschwinden der Neandertaler andererseits aber auch als einen quasi von selbst ablaufenden, natürlichen Prozess – eine Art ›natürliche Auslese‹. Im Zuge der neoliberalen Logik des Textes ist hinter dieser ›natürlichen Auslese‹ das Versagen des Neandertalers zu sehen, der sich nicht weiterentwickelt und sich nicht an die wandelnden Verhältnisse angepasst hat und deshalb zwangsläufig auf der Strecke geblieben sein soll.

Nun könnte man einwenden, dass dieser Text so schnoddrig und übertrieben formuliert ist, dass ihn wohl kaum jemand ernst nehmen dürfte, und es folglich überflüssig und unangemessen sei, sich mit ihm auseinanderzusetzen. Ich sehe das anders. Gerade der schnoddrige unterhaltsame Stil macht es für Nicht-Fachleute schwierig, Fakten von den persönlichen Phantasien des Autors zu unterscheiden. Er ermöglicht es, auf urgeschichtlichen Schauplätzen aktuelle politische Themen zu verhandeln und dabei an gesellschaftspolitischen Diskursen anzudocken.

Dass die neoliberale Lesart dieses Spiegel-Artikels keineswegs abwegig ist, zeigt sich u.a. darin, dass die ›Loser der Evolution‹, die ausgestorbenen Neandertaler, neuerdings zu einem Synonym für Hartz-IV-Empfänger zu werden scheinen. Hinweise darauf finden sich in Internet-Foren und in Kommentaren zu Beiträgen in Online-Medien. So schreibt in Internet-Foren eine Person unter dem Pseudonym »Neandertaler« zu Hartz-IV-Themen, und in einem Kommentar zu einem Artikel über das Aussterben der Neandertaler ist zu lesen: »Ganz klar: Der Neandertaler war Raucher, Hartz-IV-Empfänger und hatte vermutlich nur einen mittleren Bildungsabschluß. Ist doch klar das der ausstirbt [sic]« (stern 2007). Der Neandertaler erscheint als Symbol und Erklärung für persönliches Scheitern. Die Vergleiche, die hier zwischen einer ausgestorbenen Menschenart und Hartz-IV-Empfängern gezogen werden, lassen an die neue Unterschichtdebatte denken. In diese Richtung weist auch eine Äußerung in einem Internet-Forum zur Frage »Warum ist der Bildungsfremde lauter als der Gebildete?« (Yahoo 2009). Dem Bildungsfernen wird in der Antwort unterstellt, dass er lediglich über »auf dem Neandertaler-Gen« fixierte »Urfähigkeiten« wie »Lautstärke« verfüge, die weitere Entwicklung zu »Intelligenz und Grips« jedoch verpasst habe. Wenn man den hier gelegten Gedanken weiterspinn, kommt man zum Schluss, die Existenz der ›neuen Unterschicht‹ sei genetisch vorgegeben – eine Vorstellung, deren rassistische Brisanz offenkundig ist.

Schlussfolgerungen aus den Fallbeispielen und Thesen

Die Medien greifen von den Meldungen aus der Wissenschaft vorzugsweise diejenigen auf, bei denen sich leicht Bezüge zu aktuellen Themen und Ereignissen oder zu Identitätsfragen herstellen lassen. Dieses Auswahlkriterium sowie der Umstand, dass die meisten Medientexte nicht auf eigenen Recherchen, sondern auf Agenturmeldungen über einen neuen Fachartikel beruhen, führt zu wellenartigen Berichterstattungsrythmen: Nach einer Agenturmeldung wird das Publikum in nahezu allen genutzten Medien mit derselben These konfrontiert; die gleichzeitige Präsentation alternativer Erklärungsansätze ist dabei äußerst selten. Dadurch entsteht der Eindruck, dass die vorgestellten Ergebnisse und Thesen in der Wissenschaft bereits allgemein akzeptierter Forschungsstand seien. Da wissenschaftliches Wissen nach wie vor einen hohen Legitimationswert hat, und die präsentierten Neuigkeiten zur Urgeschichte implizit oder explizit mit aktuellen Ereignissen und Diskursen in Verbindung gebracht werden, greift die einseitige, auf Aktualität ausgerichtete Berichterstattung in die Dynamik soziopolitischer Prozesse ein: Die Urgeschichte scheint aktuelle Denkmuster, Sichtweisen und Bewertungen zu bestätigen und Antworten auf brennende Fragen zu geben. In einem »Zeitalter der Ungewissheit« (Nowotny/Scott/Gibbons 2005) bietet der Blick auf die »Anfänge der Menschheitsgeschichte« Vergewisserung über zentrale Aspekte persönlicher und politischer Identität sowie des persönlichen und gesellschaftlichen Zusammenlebens (vgl. Röder 2007a; 2008). Mit urgeschichtlichen Themen lassen sich gesellschaftliche Debatten beeinflussen, und im Extremfall lässt sich mit ihnen sogar Politik machen. Nicht zuletzt scheinen urgeschichtliche Kulissen auch den Freiraum und die Legitimation zu geben, politisch nicht korrekte – beispielsweise kriegsverherrlichende, rassistische und sexistische – Gedanken durchzuspielen und unter dem Deckmantel der Berichterstattung über unsere »rohen Vorfahren« entsprechende Positionen auszubreiten.

Wie oben mit Bezug auf Peter Weingart (2001) dargelegt, prägen die Medien in erheblichem Maße das öffentliche Bewusstsein, die politische Meinung und die Weltwahrnehmung. Indem sie bestimmte wissenschaftliche Themen lancieren und verbreiten, die legitimatorisch relevant sind, agieren sie gesellschaftspolitisch. Die vorgestellten Fallbeispiele zeigen, dass dies – vielleicht sogar in besonders hohem Maße – auch für die Berichterstattung über urgeschichtliche Themen zutrifft.

Zwischen Skylla und Charybdis: Ein Fazit zur Aktualität der Urgeschichte

Der Umstand, dass sich viele urgeschichtliche Themen bestens mit aktuellen gesellschaftlichen und politischen Diskursen verknüpfen lassen, verleiht ihnen gesellschaftliche Relevanz und macht sie für die Medien attraktiv. Doch genau in dieser Relevanz und Aktualität liegt auch die Gefahr einer Instrumentalisierung für bestimmte Positionen und Ziele begründet. Wie weit die Instrumentalisierung und Politisierung von Archäologie reichen kann, hat die Urgeschichtsforschung während des Nationalsozialismus vorgeführt. Mit der Erinnerung an dieses Extrembeispiel möchte ich aktuelle Instrumentalisierungs- und Politisierungstendenzen nicht dramatisieren. Aber ich möchte darauf hinweisen, dass es sich letztlich um dieselben Mechanismen handelt, die obendrein eine Eigendynamik entwickeln können, die leicht außer Kontrolle geraten kann.

Was tun in dieser Situation, in der die Archäologie gewissermaßen zwischen Skylla und Charybdis steht, also zwischen gesellschaftlich nicht kontextualisierten und folglich irrelevant erscheinenden Forschungsergebnissen auf der einen – und sehr gut kontextualisierten Ergebnissen, die Gefahr laufen, instrumentalisiert zu werden, auf der anderen Seite? Ich denke, es ist notwendig, dass ArchäologInnen eine Standortbestimmung vornehmen und sich eine fundierte Meinung über die gesellschaftliche Relevanz des Faches und des eigenen Tuns bilden (vgl. Burmeister 2005).⁸ Dazu gehört auch, in den Medien aufmerksam zu verfolgen, in welchen Kontexten und in welcher Weise auf archäologische Forschungsergebnisse Bezug genommen wird. In diese Debatten sollten wir uns mit unserer Expertise einmischen, für Multiperspektivität sorgen und aktuelle Themen gegebenenfalls gezielt gegen den Strich der herrschenden Diskurse bürsten.

Im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit den Medien plädiere ich dafür, die eigenen Forschungsergebnisse – beispielsweise in Medienmitteilungen – selbst in einen gesellschaftlichen Kontext zu stellen und dabei festzulegen, was davon aus der eigenen Perspektive für die Öffentlichkeit relevant ist, um diese Kontextualisierung gezielter mit den JournalistInnen aushandeln zu können (s.u.). Dadurch können wir zum einen die Verwertung unserer Forschungsergebnisse in den Medien besser steuern. Zum andern dürfte diese Reflexion der Zeitgebundenheit des eigenen Forschens auch dessen Qualität verbessern (vgl. Nowotny/Scott/Gibbons 2005: 84).

8 Dieser Aspekt sollte auch in die universitäre Lehre eingebunden werden.

Für die Seite der Medien erscheinen mir im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit ArchäologInnen zwei Punkte von Bedeutung: Insbesondere bei Forschungsergebnissen, die besonders aktuell wirken, ist zu bedenken, dass auch sie vom Zeitgeist geprägt sind und gegenwärtige gesellschaftliche und politische Strömungen widerspiegeln können. Schließlich fließen Forschungsgelder heute auch nach gesellschaftlicher Relevanz von Forschungsthemen und nach Medienprominenz von Forschenden (s.o.). Gerade bei scheinbar brandaktuellen Ergebnissen empfiehlt sich deshalb eine Gegenrecherche nach anderen Meinungen. Mein zweiter Punkt ist, dass ich an die Bereitschaft der Medienschaffenden appellieren möchte, ArchäologInnen in die Entscheidung einzubinden, welche Informationen für das Zielpublikum relevant sind und in welchen gesellschaftlichen Kontext sie diese stellen möchten. Dies mit ArchäologInnen auszuhandeln, ist sicher mühsamer und zeitaufwendiger als es alleine zu tun. Aber ein solcher Aushandlungsprozess würde die Qualität der journalistischen Arbeit steigern und letztlich beiden Seiten helfen, die Gratwanderung zwischen gesellschaftlich nicht kontextualisierten Forschungsergebnissen und politischer Instrumentalisierung zu meistern.

Dank

Dieser Beitrag entstand im Rahmen des Projektes
*Neue Grundlagen für sozialgeschichtliche Forschungen
in der Prähistorischen Archäologie,*
das vom Schweizerischen Nationalfonds finanziert wird.

Literatur

- Badisches Landesmuseum Karlsruhe (Hg.) (2007): *Vor 12.000 Jahren in Anatolien. Die ältesten Monumente der Menschheit*, Stuttgart: Theiss.
- Bahnsen, Ulrich (1997): »Genozid in der Steinzeit. Wie der Mensch den Neandertaler ausrottete«. *Facts* 14, S. 104-110.
- Basler Zeitung (2009): »Neandertaler: Zu wenig zum Überleben«. In: *Basler Zeitung* vom 18. Juli 2009.
- Becker, Markus (2007): »Eiszeit allein kein Grund für Neandertaler-Tod«. In: *www.spiegel.de* vom 12. September 2007 (www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/0,1518,505388,00.html). Zugriff am 13. März 2007.
- Benz, Marion/Anna Katrien Liedmeier (2007): »Archaeology and the German Press«. In: Timothy Clack/Marcus Brittain (Hg.), *Archaeology and the Media*, Walnut Creek/CA: Left Coast Press, S. 153-173.

- Bild der Wissenschaft (2007): »Das Klima war nicht schuld«. In: *www.wissenschaft.de* vom 13. September 2007 (*www.wissenschaft.de/wissenschaft/news/283210.html*). Zugriff am 13. März 2010.
- Briggs, Adrian W./Jeffrey M. Good/Richard E. Green et al. (2009): »Targeted Retrieval and Analysis of Five Neandertal mtDNA Genomes«. *Science* 325, S. 318-321.
- Bonfadelli, Heinz (2006): »Wissenschaft und Medien: ein schwieriges Verhältnis?«. In: Liebig/Dupuis/Kriesi (2006), S. 188-204.
- Bonfadelli, Heinz (2009): »Wissenschaft unter Medialisierungsdruck«. *Bulletin SAGW* 1, S. 31-33.
- BR-online (2006): »Die einstigen Herren Europas«. In: *www.br-online.de* vom 12. Januar 2006 (*www.br-online.de/wissen/forschung/die-entwicklung-des-menschen-ID1188595698/urmenschen-neandertaler-geschichte-ID661188595686.xml*). Zugriff am 7. März 2010.
- BR-online (2007): »Geschichte einer Haarfarbe. Blondinen bevorzugt«. In: *www.br-online.de* vom 6. Februar 2007 (Seite nicht mehr online verfügbar).
- Burke, Peter (2008): »Did Europe exist before 1700?«. *History of European Ideas* 1, S. 21-29.
- Burmeister, Stefan (2005): »Die Archäologie in der Krise? – Grundfragen der Urgeschichtsforschung – 76 Jahre nach Jacob-Friesen«. Vorträge der AG Theorie auf der Jahrestagung des Nordwestdeutschen Verbandes für Altertumsforschung e.V. in Hannover am 21.10.2004. Einführung«. *Archäologisches Nachrichtenblatt* 10.2, S. 152-166.
- Danailov, Stefan (2007): »Grußwort«. In: Ella van der Meijden (Koordination), *Die alten Zivilisationen Bulgariens. Das Gold der Thraker. 15. März – 1. Juli 2007, Antikenmuseum Basel und Sammlung Ludwig*, Basel: Antikenmuseum und Sammlung Ludwig, S. 7.
- Düzgün, Orhan (2007): »Vorwort«. In: Badisches Landesmuseum Karlsruhe (2007), S. 12.
- Frost, Peter (2006): »European hair and eye color. A case of frequency-dependent sexual selection?«. *Evolution and Human Behavior* 27, S. 85-103.
- Güntheroth, Horst/Heiner Müller-Elsner (2005): »Saurier, Neandertaler und Germanen. Teil 2: Die ersten Deutschen«. Beilage in: *stern* 39.
- Hobsbawm, Eric (2003): »Introduction: Inventing Traditions«. In: Eric Hobsbawm/Terence Ranger (Hg.), *The invention of tradition*, 11. Aufl., Cambridge: Cambridge University Press, S. 1-14.
- Holtorf, Cornelius (2007): *Archaeology is a Brand! The Meaning of Archaeology in Contemporary Popular Culture*, Oxford: Archaeopress.
- Holtorf, Cornelius (2008): »Entre culture populaire et science, la ›marque archéologique«. *Les Nouvelles de l'archéologie* 113, S. 26-30.

- Holtorf, Cornelius (2009): »Imagine this: Archaeology in the Experience Society«. In: Cornelius Holtorf/Angela Piccini (Hg.), *Contemporary Archaeologies: Excavating Now*, Frankfurt a.M.: Lang, S. 47-64.
- Kapff, Dieter (2004): »Journalisten und Archäologie. Gedanken zum Stellenwert der Archäologie und der Zusammenarbeit von Wissenschaft und Presse«. *Archäologisches Nachrichtenblatt* 9.2, S. 127-130.
- Koç, Atilla (2007): »Grußwort«. In: Badisches Landesmuseum Karlsruhe (2007), S. 11.
- Korinthenberg, Gerd (2006): »Neandertaler. Die Rettung der Urmenschen-Ehre«. In: *www.stern.de* vom 7. Mai 2006 (www.stern.de/wissen/natur/neandertaler-die-rettung-der-urmenschen-ehre-560669.html). Zugriff am 14. März 2010.
- Liebig, Brigitte/Monique Dupuis/Irene Kriesi et al. (2006): *Mikrokosmos Wissenschaft. Transformationen und Perspektiven*, Zürich: vdf Hochschulverlag.
- Lüscher, Geneviève (2008): »Archéologie et journalisme. De la fouille au bureau de rédaction«. *Les Nouvelles de l'archéologie* 113, S. 22-26.
- Morandi, Pietro (2006): »Vom Tempel zur Fabrik: Universität und Wissenschaft im Umbruch«. In: Liebig/Dupuis/Kriesi (2006), S. 37-56.
- Nowotny, Helga (1999): *Es ist so. Es könnte auch anders sein. Über das veränderte Verhältnis von Wissenschaft und Gesellschaft*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Nowotny, Helga/Scott, Peter/Gibbons, Michael (2005): *Wissenschaft neu denken. Wissen und Öffentlichkeit in einem Zeitalter der Ungewissheit*, 2. Aufl., Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Röder, Brigitte (2004): »Frauen, Kinder und andere Minderheiten. Geschlecht und Alter auf archäologischen Lebensbildern«. *Ethnographisch-Archäologische Zeitschrift* 46.2/3, S. 507-520.
- Röder, Brigitte (2007a): »Archäologie: die Vergewisserung über die Anfänge«. In: Raimund Karl/Jutta Leskovar (Hg.), *Interpretierte Eisenzeiten. Fallstudien, Methoden, Theorie. Tagungsbeiträge der 2. Linzer Gespräche zur interpretativen Eisenzeitarchäologie*, Linz: Land Oberösterreich/OÖ Landesmuseum, S. 41-55.
- Röder, Brigitte (2007b): »Jäger- und Sammlerinnenlatein«. In: Mirja Stöcker (Hg.), *Das F-Wort. Feminismus ist sexy*, Königstein: Helmer, S. 69-81.
- Röder, Brigitte (2008) »Si les hommes préhistoriques n'existaient pas, il faudrait les inventer. Réflexions sur les fonctions sociales de la préhistoire«. *Les Nouvelles de l'archéologie* 113, S. 5-9.

- Rötzer, Florian (2008): »Neandertaler: Opfer der Klimaerwärmung?«. In: *www.heise.de* vom 22. Dezember 2012 (www.heise.de/tp/blogs/3/120819). Zugriff am 13. März 2010.
- Scherzler, Diane (2005): »»Es geht uns nicht um Gold und Sensationen«. Pressearbeit für Archäologen«. *Archäologische Informationen* 28.1/2, S. 153-159.
- Scherzler, Diane (2007): »Sein Publikum ernst nehmen – Der Blick einer Journalistin auf den Umgang mit der breiten Öffentlichkeit«. *Archäologische Informationen* 30.1, S. 111-120.
- Scherzler, Diane (2008): »Wissenschaft und Journalismus: Über die Problematik des Blicks von außen. Eine Erwiderung zu Metin Yeşilyurts Beitrag in den Archäologischen Informationen 30.2, 2007, 59-66: »Eine Stellungnahme zur Darstellung des ›Archäologischen‹ in den Medien«. *Archäologische Informationen* 31.1/2, S. 127-135.
- Sénécheau, Miriam (2005): »Ur- und Frühgeschichte im Schulbuch. Sozialstrukturen und Geschlechterrollen in den Steinzeiten zwischen Lehrplanforderungen und Fachdiskussion«. In: Carsten Heinze/Eva Matthes (Hg.), *Das Schulbuch zwischen Lehrplan und Unterrichtspraxis*, Bad Heilbrunn: Klinkhardt, S. 211-238.
- Schulz, Matthias (2000): »Der Krieg der ersten Menschen. Wie der *Homo sapiens* den Neandertaler verdrängte«. *Der Spiegel* 12, S. 240-255.
- Sloterdijk, Peter (2006): »Ein Team von Hermaphroditen«. Interview in: *Der Spiegel* 23, S. 70-73.
- stern (2007): »Neandertaler: Schneidern oder sterben«. In: *www.stern.de* vom 31. Dezember 2007 (<http://www.stern.de/wissen/mensch/neandertaler-schneidern-oder-sterben-606477.html>). Zugriff am 13. März 2010.
- Tzanidaki, Johanna D. (2000): »Rome, Maastricht and Amsterdam. The common European heritage«. *Archaeological Dialogues* 7.1, S. 20-33.
- Voss, Miriam (2009): »Ist Public understanding of science möglich?«. *Bulletin SAGW* 1, S. 30-31.
- Welt Online (2006): »Schon Höhlenmänner bevorzugten Blondinen«. In: *www.welt.de* vom 26. Februar 2006 (http://www.welt.de/print-welt/article200974/Schon_Hoehlenmaenner_bevorzugten_Blondinen.html). Zugriff am 31. März 2010.
- Weingart, Peter (2001): *Die Stunde der Wahrheit? Zum Verhältnis der Wissenschaften zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft*, Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

- Wengel, Andrea (2004): »Die ersten Europäer«. In: *www.planet-wissen.de* vom 25. Oktober 2004. Zugriff am 14. März 2006 (Seite nicht mehr online verfügbar).
- Yahoo (2009): »Warum ist der Bildungsfremde lauter als der Gebildete?«. In: *www.yahoo.com* (<http://de.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080815005954AA4jAgc>). Zugriff am 23. November 2009.



Print, 29,80 €

12/2010, 304 Seiten,
kart., zahlr. Abb.,
ISBN 978-3-8376-1621-7

E-Book (PDF), 26,99 €

03/2014, 304 Seiten,
ISBN 978-3-8394-1621-1

Hans-Joachim Gehrke / Miriam Sénécheau (Hg.)

Geschichte, Archäologie, Öffentlichkeit

Für einen neuen Dialog zwischen Wissenschaft und Medien. Standpunkte aus Forschung und Praxis

Ob es um den Neandertaler, den Kampf um Troja oder Indiana Jones geht: Wissenswertes und Spannendes aus Archäologie und Geschichte ist ein Publikumsmagnet. Für eine breite Öffentlichkeit aufbereitet, sollen Berichte über die Vergangenheit und deren Erforschung sowohl unterhalten und informieren als auch marktwirtschaftliche Erfolge erzielen. In diesem Band beschäftigen sich Wissenschaftler_innen und Medienschaffende mit Formen, Wesen und Wandel der Darstellungen von Archäologie und Geschichte in den Medien. Sie fragen nach den Ursprüngen und Funktionen beliebter Klischees und zeigen Chancen und Probleme der Kommunikation zwischen Wissenschaft und Medien auf.



Hans-Joachim Gehrke (Prof. Dr.) lehrte zuletzt Alte Geschichte an der Universität Freiburg i.Br. Er ist Mitglied der DFG-Forschergruppe 875 »Historische Lebenswelten in populären Wissenskulturen der Gegenwart« an der Universität Freiburg i.Br. Derzeit ist er Präsident des Deutschen Archäologischen Instituts in Berlin.

Miriam Sénécheau (Dr. phil.) ist Archäologin und Historikerin. Sie ist Mitglied der DFG-Forschergruppe 875 »Historische Lebenswelten in populären Wissenskulturen der Gegenwart« an der Universität Freiburg i.Br.

Schlagworte: Archäologie, Geschichte, Medien, Journalismus, Film, Erinnerungskultur, Wissenschaft, Wissenschaftssoziologie, Kulturgeschichte, Geschichtswissenschaft, Kulturwissenschaft

Mehr Informationen / Bestellung:

www.transcript-verlag.de/978-3-8376-1621-7
oder via E-Mail: bestellung@transcript-verlag.de