

# Das Ende des Frontalunterrichts

## Beobachtungen zu Archäologie und Web 2.0 im Frühling 2011

Diane Scherzler

**Zusammenfassung** – Im März 2011 startete die „Bild“-Zeitung eine Expedition zum Izabal-See im Osten Guatemalas. Acht Tonnen Maya-Gold wollten Reporter und ein „Maya-Experte“ in einer angeblich versunkenen Stadt finden. Dieser Artikel untersucht anhand dieser „Schatzsuche“, wie sich Wissenschaftler in solche Szenarien einbringen und sie beeinflussen können. Vor dem Hintergrund zweier qualitativer Befragungen – von Archäologen und von „Bild“-Lesern – wird erörtert, welche Chancen und welche Risiken Blogs, Facebook-Kommentare und Wikipedia-Artikel für die nicht-wissenschaftliche Darstellung und Rezeption archäologischer Sachverhalte bieten. Wie verändern Soziale Medien und Netzwerke die Kommunikation von Wissenschaftlern und Bürgern? Welche Schritte müssen Archäologen gehen, die die neuen Möglichkeiten nutzen wollen?

**Schlüsselwörter** – „Bild“-Zeitung, Maya, Schatzsuche, Raubgräberei, Internet, Wissenschaftskommunikation, Web 2.0, Facebook, Twitter, Wikipedia

**Abstract** – In March 2011, the German tabloid „Bild“ launched an expedition to Lake Izabal in Eastern Guatemala. Reporters and a „Maya expert“ wanted to find eight tons of Maya gold in a supposed sunken city. This article examines on the basis of this „treasure hunt“ how scientists can participate in and influence such scenarios. Against the background of two qualitative surveys – of archaeologists and „Bild“ readers – the opportunities and risks of blogs, Facebook comments and Wikipedia articles for the non-scientific representation and reception of archaeological facts are discussed. How do social media and networks change the communication of scientists and citizens? What steps do archaeologists need to go, who want to use the new possibilities?

**Keywords** – Bild, tabloid, Maya, treasure hunting, looting, internet, science communication, public archaeology, web 2.0, Facebook, Twitter, Wikipedia

### Einleitung

„Ein Ochsenkarren rumpelt durch den Mangrovenwald und bringt das BILD-Schatz-Team zurück zu zwei Ford-Ranger-Pick-ups.“ Es ist großes verbales Kino, mit dem am 11. März 2011 die „Bild“-Zeitung die letzte Episode einer Schatzsuche einläutete, über die sie seit Beginn des Monats ausführlich berichtet hatte: Acht Tonnen Maya-Gold wollte der pensionierte Realschullehrer Joachim Rittstieg aus den Tiefen des Izabal-Sees bergen, gleichzeitig die versunkene Stadt Atlan alias Atlantis entdecken. Mit dabei auf der Expedition in den Osten Guatemalas waren drei Reporter der „Bild“-Zeitung, ein Taucher und ein Fotograf. Gleich vorweg: Gold fand man keines, auch Atlantis nicht. Der Expeditionsleiter und die Reporter lieferten dem Publikum aber alle Zutaten einer zünftigen Schatzjagd: Ein vom Ex-Lehrer höchstselbst „entschlüsselter“ Maya-Kodex, Jungfrauen, Sonnenuntergänge am See, Erich von Dänikens Zuspruch, den Segen eines Schamanen, einen geheimen Opferplatz, die persönliche Botschaft eines Maya-Gottes ans „Bild-Schatz-Team“, einen rätselhaften Tonkrug und – natürlich – jede Menge widriger Umstände.

Die „Bild“ publizierte ihre Schatzsuche mehrmedial: Neben der gedruckten Zeitung versorgte sie ihre Nutzer mit Texten, Fotos und Videos auch auf Bild.de. Sie richtete außerdem im Sozialen Netzwerk Facebook eine so genannte Fanseite ein („BILD jagt den Goldschatz der Maya“<sup>1</sup>), auf der neue Artikel

zur Schatzsuche gepostet wurden und „Fans“ miteinander debattierten. Ganz aktuelle Informationen kamen via Twitter.

In diesem Artikel wird es nicht um die Schatzsuche selbst gehen, diese ist andernorts bereits kritisch und detailliert geschildert worden (BURGHARDT 2011, NEUBER 2011, SCHLEUSENER 2011a und b). Es soll vielmehr anhand dieses Beispiels überlegt werden, wie sich Archäologen in solche Szenarien, die zunehmend auch im Internet ablaufen, einbringen können und sollen. Wie sehr verändert das Web 2.0 – das „Mitmach-Internet“ mit seinen Blogs, Wikis und Social-Media-Plattformen – die Kommunikation von Wissenschaftlern und Bürgern? <sup>2</sup> Welche Chancen und welche Risiken birgt das für die nicht-wissenschaftliche Darstellung und Rezeption von Sachverhalten, für die Archäologen Experten sind? Gleich zu Beginn sei gesagt: Als sich Archäologen auf Facebook in die Debatte zur Schatzsuche einmischten, war auch ich involviert. Meine Haltung ist also nicht nur die einer Beobachtenden und Beschreibenden, sondern auch die einer Beteiligten. Ich beleuchte diesen Sachverhalt als jemand, der sich seit vielen Jahren mit Wissenschaftskommunikation befasst, als Prähistorikerin und als Onlineredakteurin in der ARD. Vor diesem Hintergrund wurden auch zwei qualitative Befragungen von Archäologen und „Bild“-Lesern durchgeführt, die hier ebenfalls diskutiert werden sollen.

### Wen kümmern die „Bild“ und Facebook?

Ein archäologisches Thema bei der „Bild“-Zeitung, auf Bild.de und auf Facebook: Dem möchten manche Archäologen vielleicht wenig Beachtung schenken, weil diese Plattformen als Orte der Publikation und Debatte nach akademischen Maßstäben irrelevant erscheinen können. Einige Zahlen sollen jedoch im Folgenden verdeutlichen, welche Dimensionen und welche Reichweiten unter den Menschen die Boulevardzeitung, ihr Webangebot und das Soziale Netzwerk Facebook derzeit, im Frühling 2011, haben.

Mit einer Auflage von täglich rund 2,86 Millionen verkauften Exemplaren im ersten Quartal 2011<sup>3</sup> ist die „Bild“ trotz stetig sinkender Auflage nach wie vor die auflagenstärkste täglich erscheinende Zeitung Deutschlands. Ihre Website Bild.de ist ebenfalls enorm erfolgreich: Sie konnte im Jahr 2010 1,8 Milliarden Besucher verzeichnen, was einem Wachstum von 46,3 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht – Bild.de ist damit vor Spiegel Online das besucherstärkste deutsche Nachrichtenportal (BITKOM 31.1.2011). Archäologie-Themen in der „Bild“ und auf Bild.de erreichen also mehr Leser bzw. Nutzer als viele Ausstellungen während ihrer ganzen Laufzeit und als die meisten populärwissenschaftlichen Bücher. Richtig bescheiden muten da die gut 900 Personen an, die in den Spitzenzeiten der Schatzsuche auf der entsprechenden Facebook-Fanseite der „Bild“ den „Gefällt mir“-Button geklickt hatten und damit Teil der Schatzsuche-Fangemeinde wurden.<sup>4</sup> Dem aus Guatemala twitternden „Bild“-Reporter Claas Weinmann folgen ebenfalls gut 900 Personen. Hinsichtlich ihrer Reichweiten fallen die Social-Media-Bemühungen der „Bild“ also weit hinter die Druckausgabe und Bild.de ab. Allerdings ist zu bedenken, dass sich entsprechend dem Grundgedanken Sozialer Netzwerke Nachrichten und Informationen auf Facebook und Twitter rasch als Empfehlungen in die Freundes- und Follower-Zirkel der Nutzer verbreiten und weiter verbreitet werden. Wie viele Menschen letztlich via Facebook und via Twitter von den Aktivitäten der „Bild“-Schatzsucher erfahren haben und auf dem Laufenden gehalten wurden, ist nicht feststellbar, aber es wird ein Vielfaches der dort direkt registrierten Personen gewesen sein.

Soziale Medien und Netzwerke – also Internet-Plattformen wie Facebook, die VZ-Netzwerke, Twitter oder Xing, auf denen Nutzer miteinander kommunizieren und Informationen austauschen – sind Alltag geworden und vor allem für Jüngere völlig selbstverständlich: 51 Millionen Menschen in Deutschland sind im April 2011 online, das ent-

spricht 72 Prozent der Bürger ab 14 Jahren (BITKOM, 12.4.2011). Mitglied in Sozialen Netzwerken sind 40 Millionen Deutsche, also rund drei Viertel der Internetnutzer (wie rasant das Wachstum ist, zeigt der Vergleich mit dem Jahr 2010: Damals waren 30 Millionen Deutsche Mitglieder in Sozialen Netzwerken) (BITKOM 13.4.2011). Bei den unter 30-jährigen Internetnutzern in Deutschland sind 96 Prozent Mitglied mindestens eines Sozialen Netzwerks, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 80 Prozent, und immerhin die Hälfte der über 50-Jährigen ist in mindestens einem Sozialen Netzwerk aktiv (BITKOM 13.4.2011). Ganz vorn ist Facebook mit seinen derzeit 674 Millionen Mitgliedern weltweit<sup>5</sup>: 47% der deutschen Internetnutzer ab 14 Jahren haben dort ein Profil (BITKOM, 10.4.2011), zehn Millionen Menschen in Deutschland besuchen Facebook jeden Tag (SCHMIDT 2011) – Mark Zuckerbergs Netzwerk ist eines der wichtigsten Technologieunternehmen weltweit geworden. Wer also in Sozialen Netzwerken – allen voran Facebook – Informationen über Archäologie anbietet, kann dort nicht etwa nur eine Randgruppe von „Internet-Freaks“ erreichen, sondern große Bevölkerungsgruppen.<sup>6</sup> Fanseiten, wie sie die „Bild“ einrichtete und von denen es einige Millionen gibt, sind dafür ein passendes Instrument.

### „Was würdet ihr mit 211 Millionen Euro machen?“

Doch kehren wir zur „Bild“-Schatzsuche zurück und betrachten, wie sich die Reaktionen von Öffentlichkeit und Archäologen im deutschsprachigen Raum entwickelten: Am 2. März 2011 veröffentlichte die Zeitung den ersten Artikel: „BILD geht auf Gold-Expedition. Auf der Jagd nach dem Schatz der Maya“. Gleichzeitig riefen die Redakteure die bereits erwähnte Facebook-Fanseite „BILD jagt den Goldschatz der Maya“ ins Leben. Dort kommentierte die rasch wachsende Fangemeinde in den folgenden Tagen und bezüglich der dort geposteten Artikel wohlwollend bis begeistert: Die Menschen wünschten dem Expeditionsteam viel Erfolg, reiche Funde und bedauerten vor allem, dass sie selbst nicht teilnehmen durften. So hieß es beispielsweise: „Einfach Spitzenklasse! Wäre jetzt gerne dabei, denn Archäologie ist ein Hobby von mir. Ich wünsche Euch, dass Ihr den Schatz findet!“ Der Aspekt von Spannung und Abenteuer wurde in den Kommentaren immer wieder betont, etwa dort: „Bin dabei. Jeden Morgen erwarte ich eure Neuheiten. Weiter so und unbedingt Doku draus machen. Viel Glück.“ Auch kritische Distanz zur offensiven Schatz-Gläubigkeit der „Bild“ ist vereinzelt erkennbar, so kommentierte ein Fan: „Keine Ahnung, was davon gesponnen und

was Realität ist. Für mich ist es eine sehr unterhaltsame Dailysoap im Web.“ Am 5. März veröffentlichte die „Süddeutsche“ einen Artikel, „Jäger des verlorenen Quatsches“, in dem sich Autor Peter Burghardt (der für die Zeitung in Lateinamerika tätig ist) sehr kritisch gegenüber der Expedition äußerte und Positionen der guatemaltekischen Presse und Politik zusammenfasste (BURGHARDT 2011). Am 7. März gaben unter Federführung des Instituts an der Universität Bonn mehr als 120 Mesoamerikanisten eine Stellungnahme zur Schatzsuche heraus, in der sie den Vorgang aus wissenschaftlich-inhaltlicher Sicht sehr besorgt kommentierten und auf die Auswirkungen auf antike Maya-Stätten durch eine nun vielleicht wachsende Zahl von Raubgräbern hinwiesen (ALBIEZ ET AL. 2011). Am selben Tag fragte die „Bild“, auf den möglichen Erlös des Verkaufs von acht Tonnen Maya-Gold anspielend, ihre Nutzer auf der Facebook-Fanseite: „Mal ganz hypothetisch gefragt: Was würdet ihr mit 211 Millionen Euro machen?“ Eine der Antworten aus den Reihen der Fans: „Euch weiterhin auf Schatzsuche schicken – es gibt ja noch so viele vergrabene zahllose unentdeckte Schätze auf der ganzen Welt [...] Was ihr tut, verdient absolute Anerkennung [...] Einem Land zu helfen, seine Geschichte zu erforschen und bestenfalls noch erfolgreich – den Ruhm kann man selbst mit Geld nicht bezahlen.“ Der 8. März: Ein informeller Zusammenschluss von rund 160 Archäologen, die sich in der Facebook-Gruppe „Kulturgut-Raub“ mit Antikenhehlerei und Sondengängerei beschäftigen, hatte die Schatzsuche seit ihrem Beginn verfolgt und stieß an diesem Tag auf die Fanseite. Mittags erfolgte dort der erste Kommentar eines Archäologen, in dem unter anderem den „Bild“-Schatzsuche-Fans erklärt wurde: „Ein Schatz, den man mal schnell aus dem Wasser zieht, verliert seinen Kontext, die Informationen, wie und warum er deponiert worden ist – und ist als eine Quelle, wie die damaligen Menschen mit der historischen Situation umgegangen sind, einfach verloren -, weil BILD ein paar schlechte Artikel mehr haben wollte.“ Im Laufe dieses und der folgenden Tage mischten sich weitere Mitglieder der Archäologen-Gruppe, darunter auch ich, unter die Schatzsuche-Fans. Wir stellten die Archäologen-Sicht dar und diskutierten mit den Fans.<sup>7</sup> Wir nutzten die Fanseite auch, um dort die Informationen zu verbreiten, die uns am Herzen lagen, beispielsweise die oben genannte Stellungnahme der Mesoamerikanisten, Buchtipps oder einen Hinweis auf den Film „Blutige Schätze: Der Antikenhandel und der Terror“, der zu diesem Zeitpunkt in der ZDF-Mediathek zu sehen war. Wir fanden es nur angemessen, dass die „Bild“ dabei half, solche Inhalte zu verbreiten. Währenddessen unterhielt das Boulevardblatt seine Anhän-

ger mit Artikeln über Marine-Soldaten, welche die Tauchgänge im Izabal-See verhinderten, oder über ein – natürlich – geheimnisvolles Tongefäß. Am 10. März meldete „Bild“-Reporter Claas Weinmann via Twitter: „Das war’s erst mal, es geht zurück in die Heimat. Wir brauchen viel mehr Geld und Genehmigungen für die Bergung. Sehr sehr schade!“<sup>8</sup> Die Nutzer reagierten mit Bedauern, aber auch Enttäuschung: „Na danke, BILD. Das habt ihr ja ‚toll‘ hinbekommen, alles nur heiße Luft und bla bla bla ...“ Am 11. März erschien der eingangs zitierte, bisher letzte „Bild“-Artikel zur Schatzsuche: „Adios Mayas, die Bild-Schatzsucher kehren heim“. In einem Video im dazugehörigen Web-Beitrag räumte Reporter Jürgen Helfricht ein, dass man das Gold nicht habe finden können, betonte aber den Erfolg des Unterfangens: „Wir haben die deutsche Öffentlichkeit informiert über eine uralte, leider untergegangene Kultur, die es wert ist, dass man sich auch in Europa sehr intensiv mit ihr beschäftigt.“<sup>9</sup> Am 15. März veröffentlichte das renommierte Watchblog „BILDblog“, das vor allem die „Bild“-Zeitung und Bild.de kritisch begleitet und von Medienjournalisten betrieben wird, den Beitrag „Wie ‚Bild‘ einmal keinen Schatz fand“ des auf Mesoamerika spezialisierten Bloggers Daniel Schleusener (SCHLEUSENER 2011a). Der demontierte darin detailliert und trotzdem für ein breites Publikum verständlich formuliert die Schatzsuche der „Bild“ und deren „wissenschaftlichen“ Anspruch (in einem zweiten Artikel, den Schleusener am selben Tag auf seinem eigenen Blog „The Complete Mesoamerica ... and more“ publizierte, ging er weiter in die Tiefe; SCHLEUSENER 2011b). Am 21. März, schließlich, erschien auf „Telepolis“, einem stark rezipierten Onlinemagazin, der Artikel „(Echte) Wissenschaftler protestieren gegen ‚Bild‘“, der die Stellungnahme der Mesoamerikanisten vom 7. März thematisierte und gegenüber der „Bild“-Schatzsuche sehr kritisch argumentierte (NEUBER 2011). Dass der Beitrag auf reges Interesse stieß, zeigen die 63 (Stand: 6.5.2011) teilweise sehr differenzierten Kommentare auf Telepolis.

### Stellung beziehen und sich einmischen

Die drei eben angeführten Vorgehensweisen von Archäologen bzw. von einem archäologieaffinen Blogger möchte ich nun im Hinblick auf ihre Wirkungsweise und ihren Erfolgsgrad nochmals betrachten und daraus mögliche Schlüsse für die Zukunft ziehen, wenn wieder auf breiter öffentlicher Ebene archäologische Inhalte verbreitet werden, denen Archäologen etwas entgegen setzen wollen.

Die Stellungnahme der Mesoamerikanisten (ALBIEZ ET AL. 2011) erfolgte für Wissenschaftler

ungewöhnlich schnell: Fünf Tage nach Beginn der Schatzsuche, am 7. März, war der Text online; er wird auf Deutsch, Englisch und Spanisch angeboten. Zusätzlich gab die Universität Bonn am 11. März eine entsprechende Pressemeldung heraus. Die Mesoamerikanistin Catherine Letcher Lazo, die zu den Unterzeichnern der Stellungnahme gehört, kommentierte außerdem auch auf der Schatzsuche-Fanseite der „Bild“-Zeitung. Dass sie von allen Unterzeichnern die einzige war, die direkt mit den „Bild“-Nutzern kommunizierte, erklärt sie mit der Scheu ihrer Fachkollegen gegenüber Sozialen Netzwerken: „Die wenigsten der mir bekannten Mesoamerikanisten verfügen über einen Facebook-Account. Das wiederum liegt sicherlich an einer gewissen Grundskepsis gegenüber Sozialen Netzwerken. Diese weisen bewiesenermaßen Sicherheitslücken auf [...] Hinzu kommt, dass der akademische Mittelbau unseres Faches, der zwischen 30 und 50 Jahre alt ist, zu einer Generation gehört, die erst relativ spät den Umgang mit dem Internet erlernt hat und daher das gedruckte Medium als Plattform des wissenschaftlichen Informationsaustausches betrachtet.“ (pers. Komm., 1.4.2011) Wir erinnern uns: Laut dem Branchenverband BITKOM sind derzeit 80 Prozent der 30- bis 49-jährigen Internetnutzer Mitglied in mindestens einem Sozialen Netzwerk. Die Mesoamerikanisten scheinen dieser Entwicklung also hinterherzuhinken, sind für eine derartige Debatte mit Nicht-Fachleuten gar nicht gerüstet.<sup>10</sup> Dass „das gedruckte Medium“, die Fachpublikation, für die Debatte während der „Bild“-Schatzsuche aus Gründen der Aktualität und hinsichtlich der Adressatengruppe nicht getaugt hätte, liegt auf der Hand: Wem wäre geholfen, erschiene ein halbes Jahr nach der Schatzsuche ein empörter Artikel in einer Fachzeitschrift? Alles wäre längst vorbei und vergessen, und die Welt außerhalb des Fachzirkels erreichte ein solcher Artikel nicht einmal – man predigte ausschließlich den Frommen.<sup>11</sup> Catherine Letcher Lazo bemerkte auf der Schatzsuche-Fanseite einen Link zu einem Wikipedia-Artikel über Maya-Götter, den ein Fan einem anderen empfohlen hatte. Nachdem sie in diesem Artikel zahlreiche Fehler entdeckte, begann Letcher Lazo, im Internet nach verständlichen, seriösen Informationen über die Maya zu suchen – was zu ihrem großen Erschrecken vergebens war: „Ich bin [...] zu dem Ergebnis gekommen, dass im deutschsprachigen Internet praktisch keine wissenschaftlich fundierte, allgemein verständliche Informationen über die klassische und rezente Maya-Kultur zu finden sind. Das Fachpublikum nutzt in erster Linie die internationalen, englischsprachigen Internetseiten wie z. B. Wayeb (European Association of Mayanists), Famsi (Foundation for the Advancement

of Mesoamerican Studies) oder MESOWEB.“ (pers. Komm., 1.4.2011). Welche Möglichkeiten haben also ein Bäcker, eine Bankangestellte, ein Rentner, denen die „Bild“ von einem Maya-Goldschatz erzählt, im Internet sachlich richtige und für sie verständliche Quellen zu finden? Wie soll sich ein interessierter Bürger, der für die Lektüre von Fachpublikationen nicht die Zeit oder das Vorwissen hat, online rasch und fundiert informieren? Die wissenschaftlichen Websites der Mesoamerikanisten eignen sich dafür nicht (und sind dafür auch nicht gedacht). Eine spannend und für Nicht-Experten verständlich aufgemachte Website aufzubauen, hat für Mesoamerikanisten augenscheinlich keine Priorität, es hat auch keinen Stellenwert für die fachliche Reputation. Wenn einschlägige Wikipedia-Artikel voller Fehler sind, kann man annehmen, dass Mesoamerikanisten sie nicht überprüfen und korrigieren.<sup>12</sup> Wer kann es den Menschen aber verübeln, dass sie Wikipedia als eine im Großen und Ganzen verlässliche Quelle wahrnehmen? Wer nun denkt, jeder Bürger könnte doch in eine Bücherei gehen, in eine Buchhandlung oder in einen Volkshochschul-Vortrag eines Wissenschaftlers, der hat damit recht, überlege aber, ob er selbst so verfährt, wenn er am Rande seines Alltags auf ganz plausibel erscheinende Informationen zu – sagen wir – Stimmäußerungen von Buckelwalen oder Fortschritten der Magnetresonanztomografie stößt. Es darf auch nicht vergessen werden, dass Quellenkritik außerhalb der Universitäten wenig eingeübt wird. Dass viele Menschen die inhaltliche Qualität, die Verlässlichkeit von Quellen nicht zu bestimmen vermögen, ist ein Aspekt der seit Jahren debattierten „digitalen Spaltung“ der Gesellschaft. Das von Letcher Lazo beschriebene Fehlen korrekter und verständlicher Online-Information über die Maya ist in meinen Augen jedenfalls ein Desaster für die außerfachliche Kommunikation.

Zurück zur Stellungnahme selbst: Sie wurde in Massenmedien kaum rezipiert, was sicher vor allem daran liegt, dass die Pressemeldung erst an dem Tag erschien, als die „Bild“ die Schatzsuche beendete (das war für die Bonner Pressestelle nicht vorhersehbar). Für die meisten Journalisten war damit das Thema erledigt. Allerdings wurde die Stellungnahme im Internet rasch verbreitet – unter anderem, wie gesagt, unter den „Bild“-Schatzsuche-Fans auf Facebook – und sorgt dafür, dass die kritische Haltung von Wissenschaftlern bei Google-Recherchen für jeden sofort sichtbar wird (**Abb. 1**). Diesen Effekt kann man angesichts der Dominanz von Google nicht hoch genug einschätzen.

Trotz ihrer leichten Verspätung betrachte ich die Stellungnahme (und die dazu gehörige Pressemeldung) als Erfolg und vor allem als wichtiges Signal

Google maya schatzsuche Suche

Ungefähr 682.000 Ergebnisse (0,19 Sekunden) Erweiterte Suche

**Mittelamerika-Forscher kritisieren Maya-Schatzsuche der BILD ...** [Q](#)  
14. März 2011 ... Mittelamerika-Forscher kritisieren Maya-Schatzsuche der BILD-Zeitung ... Die Berichte der Bild-Zeitung über die eigenen Schatzsuche finden ...  
grenzwissenschaft-aktuell.blogspot.com/.../mittelamerika-forscher-kritisieren-maya.html - Im Cache

**Mittelamerika-Forscher kritisieren Maya-Schatzsuche der BILD ...** [Q](#)  
14. März 2011 ... Mittelamerika-Forscher kritisieren Maya-Schatzsuche der BILD-Zeitung ... Die Berichte der Bild-Zeitung über die eigenen Schatzsuche finden ...  
mithomail.blog.de/.../mittelamerika-forscher-kritisieren-maya-schatzsuche-bild-zeitung-10823194/ - Im Cache

**Mittelamerika-Forscher kritisieren Maya-Schatzsuche der BILD ...** [Q](#)  
1 Eintrag - 1 Autor - Letzter Eintrag: 10. März  
Ascensio2010 ist ein Politik-Forum mit Video-Community, die sich mit der Wahrheit beschäftigt.  
www.ascensio2010.de/.../7363-mittelamerika\_forscher\_kritisieren\_maya\_schatzsuche\_der\_bild\_zeitung/ - Im Cache

**Die "Bild-Schatzsuche" die Maya Wikinger und Atlantis - Asatru ...** [Q](#)  
12. März 2011 ... Die "Schatzsucher"-Aktion der BILD ist ein Skandal. Die Stellungnahme deutschsprachiger Mesoamerikanisten zur BILD-Schatzsuche in Guatemala.  
www.nornirsaett.de/die-bild-schatzsuche-die-maya-wikinger-und-atlantis/ - Im Cache

**Schatzsuche in Guatemala: Warum hatten die Maya so viel Gold ...** [Q](#)  
26. März 2011 ... Ihr Goldreichtum war legendär, ihr Kalender endet 2012, gilt bis heute als Hinweis auf das Weltende. Was ist dran an den großen Maya-Mythen?  
www.bild.de/news/.../warum-hatten-die-maya-soviel-16219582.bild.html

**Telepolis knews: (Echte) Wissenschaftler protestieren gegen "Bild" ...** [Q](#)  
21. März 2011 ... Um Wissenschaft aber ging es keinem der Verantwortlichen der "Maya-Schatzsuche". Rittstieg wirbt[?] auf seiner Seite recht unverhohlen um ...  
www.heise.de/tp/blogs/6/print/149485 - Im Cache

**Chiapas.eu - Üble BILD-Kampagne »Schatzsuche in Guatemala«** [Q](#)  
10. März 2011 ... März eine üble neokolonialistische »Maya-Schatzsuche« in Guatemala. Dazu gibt es eine Stellungnahme kritischer EthnologInnen und ...  
mini.chiapas.eu/news.php?id=5774&ba=index.php?... - Im Cache

**Alles**  
Bilder  
Videos  
News  
Shopping  
Mehr

In der Nähe von ...  
suchen  
Standort  
Festlegen

Das Web  
Seiten auf Deutsch  
Seiten aus Deutschland  
Übersetzte Seiten

Alle  
Neueste  
Letzte 24 Std.  
Letzte Woche  
Letzte 3 Wochen  
Letzter Monat  
Letztes Jahr  
Zeitraum festlegen...  
Mehr Optionen

Abb. 1 Screenshot Google:

Google-Trefferliste mit den Stichwörtern „maya“ und „schatzsuche“ am 23. März 2011. Wer mit diesen Wörtern nach der „Bild“-Schatzsuche recherchierte, konnte nicht übersehen, dass Wissenschaftler gegen das Vorgehen des Boulevardblattes protestieren.

Quelle: Google.

dafür, dass die Unterzeichner für ihre Sache einstehen – ein Signal nach außen und auch in die eigene Fachwelt hinein. Ohne es genauer quantifizieren zu können, bin ich doch sicher, dass die Stellungnahme bereits jetzt zahlreiche Menschen erreicht hat und weiterhin erreichen wird, vor allem auch Menschen außerhalb der „scientific community“. Künftig sollte eine Pressemeldung von Anfang an mitgedacht werden und am Tag der Stellungnahme erscheinen. Abzuwägen wäre außerdem, dass eine von nur einem Institut herausgegebene Pressemeldung mit der Position weniger Wissenschaftler zwar weniger eindrucksvoll wäre, dafür aber schneller ist. Sie könnte idealerweise am selben Tag erscheinen wie, in unserem Fall, der erste „Bild“-Schatzsuche-Artikel und liefert Journalisten damit einen hochaktuellen Anlass, das Thema aufzugreifen und die Sicht der Fachwelt darauf darzustellen. Ein solches Vorgehen erfordert aber eine deutliche Professionalisierung der Pressearbeit von Mesoamerikanisten (oder Archäologen).

Die beiden Blog-Beiträge Daniel Schleuseners entstammen nicht der Feder eines Wissenschaftlers. Mit viel persönlichem Engagement hat dieser auf Mesoamerika spezialisierte Blogger die Schatzsuche kommentiert, dazu intensiv recherchiert und sich bei inhaltlichen Fragen die Unterstützung zweier Mayanisten geholt. Als Gastkommentator des renommierten BILDblogs hat Schleusener einen großen Zirkel an medienkritisch eingestellten Menschen erreicht. Ursprünglich hatte er den Journalisten dort nur einen Hinweis auf den Vorfall geben wollen, wurde dann aber um den Kommentar gebeten (pers. Komm., 8.4.2011). Im weiterführenden Beitrag auf Schleuseners eigenem Blog vertiefte er die Informationen und richtete sich auch an einen engeren, fachlich interessierten Zirkel. Er erhielt ein durchweg positives und ergänzendes Feedback in Form von ca. 250 „Gefällt mir“-Bewertungen und rund einem Dutzend differenzierter Kommentare und Ergänzungen. Die Absender der Kommentare seien ausschließlich Blog-Leser gewesen, von Wis-

senschaftlern habe er kein Feedback erhalten (pers. Komm., 8.4.2011).

Hier ist kritisch zu fragen: Warum hat sich kein Mesoamerikanist, warum hat sich kein Archäologe in einem Blog geäußert? Weil es kein deutschsprachiges, allgemein verständliches und stark rezipiertes Blog von Vertretern dieser Fächer gibt? Weil man – anders als Klimaforscher, als Genetiker, als Soziologen – nicht bloggt, sondern lieber mittels des Mediums Papier fachintern kommuniziert? Schleusener hat den Mesoamerikanisten und den Archäologen jedenfalls eindrucksvoll vorgemacht, was eine einzelne Person, die den Machenschaften der „Bild“ etwas entgegen setzen will, erreichen kann, was sie vor allem im Web 2.0 erreichen kann.

### **Befragt: „Bild“-Fans und Archäologen**

Nach meinem Kenntnisstand war es das erste Mal, dass Archäologen sich gegen einen der ganz großen Player der Medienbranche im Web 2.0 wehrten – auf Facebook, genau dort, wo die „Bild“ den Jubel des Volkes inszenieren wollte. Um genauer zu erfassen, welche Erfahrungen und Eindrücke einerseits die Facebook-Fans der „Bild“-Schatzsuche und andererseits die Archäologen aus der Facebook-Gruppe „Kulturgut-Raub“ aus ihrer „Begegnung“ gewannen und wie jede Gruppe die andere wahrnahm, führte ich zwischen dem 15. und dem 23. März 2011 unter den jeweiligen Mitgliedern zwei qualitative Befragungen durch. Diese waren onlinebasiert, die Fragebögen wurden von den Befragten selbständig ausgefüllt. Aus der Gruppe der Archäologen wurden nur diejenigen befragt, die seit Anfang März entweder auf der Facebook-Fanseite der „Bild“-Schatzsuche (alternativ: BILD.de) kommentiert, oder aber den Vorgang intensiv beobachtet hatten. Die 15 Datensätze, die ausgefüllt wurden, dürften alle Mitglieder dieser Gruppe erfassen. Anders verhält es sich bei der Umfrage unter den Fans der „Bild“-Schatzsuche. Zunächst wurden 30 dieser Fans, die sich aktiv auf Facebook geäußert hatten, ansonsten aber zufällig ausgewählt waren, einzeln angeschrieben und zur Umfrage eingeladen. Der Rücklauf bestand aus zehn Datensätzen. Um auch die Auffassungen der „passiven“ Fans zu erfassen, wurde der Link zur Umfrage auch für vier Tage auf der „Bild“-Schatzsuche-Fanseite gepostet, so dass jeder Besucher dieser Seite an der Umfrage teilnehmen konnte.<sup>13</sup> Der Rücklauf in diesem Zeitraum lag bei zwei Datensätzen, wobei beide Antwortendenangaben, selbst auf der Schatzsuche-Fanseite kommentiert zu haben – auch sie gehören also zu den aktiven Fans. Angesichts der geringen Fallzahlen, gerade hinsichtlich der rund 900 „Bild“-Fans, darf kein Anspruch auf

Repräsentativität erhoben werden. Es können nur Tendenzen skizziert, eine Richtung angedeutet werden. Zu beachten ist, dass beide befragten Gruppen nicht für „die“ „Bild“-Leser bzw. „die“ Archäologen stehen, sondern nur die auf Facebook registrierten „Bild“-Rezipienten mit ausgeprägtem Interesse an der Schatzsuche und nur einige Archäologen aus einer auf Facebook recht aktiven Gruppe<sup>14</sup> zu Wort kommen.

Die „Bild“-Fans waren erwartungsgemäß sehr an der Schatzsuche interessiert. Fünf von zwölf Antwortenden gaben an, täglich mindestens einmal auf die Schatzsuche-Seite auf Facebook geschaut zu haben, sechs gaben an, sie zwei- bis dreimal pro Woche besucht zu haben. Auch die Verbindung zur „Bild“-Zeitung und zu Bild.de ist stark: Sieben Personen nutzen deren Angebote täglich, vier mehrmals pro Woche (n=12). Der Hauptgrund, warum sie die Schatzsuche verfolgt hatten, war für fünf Personen das Interesse an Archäologie, drei gaben an, sich allgemein für Rätselhaftes und Geheimnisvolles zu interessieren; die Schatzsuche als Unterhaltung – wie auch in einem Zitat weiter oben in diesem Artikel genannt – war nur für einen Antwortenden Ausschlag gebend (n=10). Als wie interessant und nützlich empfanden die „Bild“-Fans die Kommentare und Postings der Archäologen? Vier von neun Antwortenden gaben an, sie als „insgesamt sehr nützlich und hilfreich“ empfunden zu haben, für zwei waren sie „insgesamt nützlich und hilfreich“, zwei entschieden sich für „teilweise interessant und nützlich, teilweise aber nicht“. Auf die Frage, ob sich durch die Kommentare der Archäologen auf der „Bild“-Fanseite die eigene Einstellung zu Schatzsuchen allgemein, zur Archäologie oder zu den Maya geändert habe, antworteten allerdings zehn mit nein, nur zwei mit ja (n=12). Woher bekommen die „Bild“-Schatzsuche-Fans üblicherweise Informationen über Archäologie? Das Internet ist für alle elf auf diese Frage Antwortenden eine häufig genutzte Informationsquelle, gefolgt vom Fernsehen (sieben Zustimmungen). Die von Archäologen häufig als so einflussreich wahrgenommenen Kinofilme werden gar nicht (fünf Zustimmungen) bzw. selten (drei Zustimmungen) als Informationsquelle für Archäologie wahrgenommen, Vorträge von Archäologen allerdings gar nicht (acht Zustimmungen). Geht es den Schatzsuche-Fans nur um den materiellen Wert eines Fundes, um den Spaß, um die Sensation, oder haben sie ein wirkliches Interesse an der Archäologie (was immer sie sich genau darunter vorstellen)? Vor diesem Hintergrund wurden zwei Fragen gestellt: Würden es die Schatzsuche-Fans nutzen, wenn Archäologen regelmäßig spannende und

verständliche Informationen bei Facebook, Twitter, Youtube oder in einem Blog posten? Sieben sagten „ja“, vier „vielleicht“ (n=11). Wären sie gerne dabei, falls sie in ihrem Urlaub die Möglichkeit hätten, an einer archäologischen Ausgrabung teilzunehmen, die von Wissenschaftlern durchgeführt wird. Sieben antworteten mit „Ja, unbedingt!“, drei mit „Gut möglich“, niemand lehnt ab (n=10).

Von den 15 Archäologen, die befragt wurden, hatten sich acht aktiv auf der Facebook-Fanseite „BILD jagt den Goldschatz der Maya“ oder auf BILD.de involviert.<sup>15</sup> Was waren ihre Motive dafür? Hier wurden acht Antworten vorgeschlagen, für die jeweils der Grad der Zustimmung angegeben werden sollte. „Mich hat die ‚Bild‘-Aktion verärgert, und das wollte ich zum Ausdruck bringen“ war für sechs von acht Archäologen stark zutreffend, vier gaben als stark zutreffenden Impuls an: „Ich wollte der ‚Bild‘ und den Fans zeigen, dass wir Fachleute uns wehren können“. „Ich wollte der ‚Bild‘ und ihren Fans zeigen, was echte Wissenschaft ist“ war für jeweils drei Archäologen stark zutreffend bzw. zutreffend, ebenso das Motiv „Ich wollte die Schatzsuche behindern oder sogar stoppen“. Das Motiv „Ich finde es immer spannend, mit Nicht-Archäologen zu diskutieren“ war nur für die Hälfte der Antwortenden zutreffend (und nur für einen Antwortenden stark zutreffend), „Mir war es wichtig, mit den ‚Bild‘-Fans ins Gespräch zu kommen und mich auszutauschen“ war für zwei von acht zutreffend, für fünf war es weniger zutreffend; diese Aspekte waren also beide nicht besonders wichtig. Betrachten die befragten Archäologen ihr Vorgehen hinsichtlich der „Bild“-Schatzsuche unterm Strich als Erfolg? „Ja, aber mit Einschränkungen“ antworteten sieben von 15 (jeweils vier sprachen von einem Erfolg ohne Einschränkungen bzw. von keinem wirklichen Erfolg). Was beeinträchtigte den Erfolg des Vorgehens? In einem freien Textfeld äußerte ein Antwortender: „Zwar halte ich die Aktion für erfolgreich, allerdings hätte der Sturm der Entrüstung von Seiten der Fachwissenschaftler m. E. noch größer ausfallen müssen. Leider fehlt hier offenkundig die Einigkeit.“ Ähnlich äußerte sich ein zweiter Befragter: „Das DAI als Teil des Auswärtigen Amtes hätte das Ganze scharf verurteilen müssen, um so die Distanzierung der Wissenschaft zu unterstreichen.“ Ebenfalls das Schweigen von Archäologen in der Öffentlichkeit sprach jemand an, der das Vorgehen als vollen Erfolg sieht: „Das war im Vergleich zum Status Quo der Haltung von Archäologen zu derartigen Aktionen ein regelrechter Quantensprung.“ Haben die Archäologen durch die Begegnung mit den „Bild“-Fans selbst etwas gelernt oder erfahren? Jeweils die Hälfte sagte „ja“

bzw. „nein“ (n=14). Die etwas gelernt hatten, gaben vor allem eine erweiterte Perspektive an, so schrieb jemand: „Mir ist durch die Lektüre von Kommentaren wieder klar geworden, wie wenig die breite Bevölkerung bzw. die ‚Bild‘-lesende Bevölkerung über die Beweggründe ‚richtiger‘ Archäologen überhaupt weiß.“ In einem anderen Kommentar hieß es: „Ich habe gelernt, wie viel ehrliches Interesse an Archäologie vorhanden ist, das aber durch Mangel an Faktenwissen oft skurrile und krude Formen annimmt.“ Wie nehmen Archäologen die Fähigkeit und Bereitschaft ihrer Fachkollegen wahr, mit Nicht-Archäologen zu kommunizieren? Keiner der 15 Antwortenden fand, dass Archäologen im allgemeinen gut und erfolgreich kommunizieren; acht meinten ausdrücklich, Archäologen kommunizieren nicht gut, sieben entschieden sich für ein „teils, teils“. Und fänden sie es für sich persönlich und für die öffentliche Kommunikation von Archäologie interessant, regelmäßig spannend und verständlich aufgemachte Informationen bei Facebook, Twitter, Youtube oder in einem Blog zu veröffentlichen? Neun von 15 bejahten, fünf entschieden sich für das „vielleicht“. Begründet wird die Zustimmung v. a. mit den anderen Adressaten, die auf solchem Wege erreichbar wären, beispielsweise heißt es: „Weil man damit mehr Nicht-Archäologen erreichen und begeistern könnte. Nachfrage nach dem Thema scheint es zu geben, auch Anerkennung zuzuhäuf. Und man bekäme auch mal Feedback zurück, die Fragen, Anregungen eben der Menschen, für die man das alles schließlich im Auftrag des Landes mit Steuergeldern macht.“

## Diskussion

Trotz der geringen Fallzahlen deuten einige der Antworten sehr aufschlussreiche Tendenzen an, gerade auch, wenn man die beiden Gruppen „Archäologen“ und „Bild“-Fans miteinander in Beziehung setzt: Ihr Interesse für Archäologie war der Hauptgrund für die befragten „Bild“-Fans, die Schatzsuche zu verfolgen.<sup>16</sup> An einer von Wissenschaftlern durchgeführten Ausgrabung teilzunehmen, daran hätten alle ebenfalls Interesse. Die Kommentare der Archäologen auf der Schatzsuche-Facebook-Seite wurden von den „Bild“-Fans mehrheitlich als interessant und nützlich wahrgenommen. Fast alle befragten Fans würden von Archäologen verfasste, allgemein verständliche Informationen bei Facebook, Twitter, Youtube oder in einem Blog rezipieren (und sicher auch kommentieren) wollen. All diese Antworten sprechen dafür, dass eine ausgeprägte Neugier der „Bild“-Schatzsuche-Fans gegenüber der Thematik vorhanden ist und dass der direkte Kontakt mit Ar-

chäologen gewünscht wird. Dabei ist das Internet für die befragten „Bild“-Fans noch vor dem Fernsehen die Hauptinformationsquelle über Archäologie (ein Ergebnis, das vor wenigen Jahren sicher anders ausgefallen wäre). Wo die Befragten also im Web auf Archäologie-Themen stoßen, die für sie relevant erscheinen und verständlich sind, werden sie darauf mit Neugier reagieren.

In deutlichem Kontrast zum Interesse der „Bild“-Fans an der Archäologie steht die ausgesprochen niedrig bewertete Kommunikationsbereitschaft und -fähigkeit von Archäologen gegenüber Nicht-Experten.<sup>17</sup> Hinsichtlich der „Bild“-Schatzsuche ließ sich das auch in der Realität feststellen: Öffentlicher Protest der Archäologen fehlte außerhalb des Zirkels der auf der Schatzsuche-Fanseite diskutierenden Archäologen (die Stellungnahme hatten ja Mesoamerikanisten verfasst): Kein Archäologe mit Rang und Namen, kein Verband, keine wissenschaftliche Institution äußerte sich öffentlich zur Schatzsuche von Deutschlands größter Boulevardzeitung und stellte sich damit schützend vor die Funde und Befunde, die den Vertretern dieser Fächer anvertraut sind.<sup>18</sup> Auch ein von Mesoamerikanisten oder Archäologen erstelltes oder betreutes allgemein verständliches Internetangebot zu den Maya gibt es nicht, das es den „Bild“-Lesern und -nutzern erlauben würde, sich einen fundierteren Blick auf die Maya anzueignen. – Untersucht man die Hauptmotive der acht Archäologen, die auf der Schatzsuche-Fanseite kommentiert hatten, muss gleichzeitig festgestellt werden, dass konfrontativ oder unidirektional-lehrend ausgerichtete Motive (z. B. „Mich hat die ‚Bild‘-Aktion verärgert, und das wollte ich zum Ausdruck bringen“, „Ich wollte der ‚Bild‘ und ihren Fans zeigen, was echte Wissenschaft ist“) für die Befragten häufig wichtiger waren als ein echter Austausch (die dialogischen Motive „Mir war es wichtig, mit den ‚Bild‘-Fans ins Gespräch zu kommen und mich auszutauschen“ und „Ich finde es immer spannend, mit Nicht-Archäologen zu diskutieren“ erhielten deutlich weniger Zustimmung). Kommunikation wurde also auch von den auf der Schatzsuche-Fanseite kommunizierenden Archäologen weniger als Dialog denn als „Aufklärung“ verstanden (vor diesen Hintergrund erklärt sich vermutlich, warum die Hälfte der befragten Archäologen nicht das Gefühl hatte, durch den Kontakt mit den Schatzsuche-Fans auf Facebook etwas gelernt zu haben). Analysiert man die Kommunikation auf Facebook inhaltlich, fällt auf, dass immer wieder die Archäologen unter sich blieben, miteinander die Schatzsuche verurteilten. Manchmal wurde der Ton der Archäologen belehrend und zornig, andere jedoch bemühten sich, ihre Position verständlich zu formulieren und gut

zu erklären. Bei den Kommentaren von zwei, drei Schatzsuche-Fans auf der Facebook-Seite fällt auch auf, dass diese sich mit den Argumenten der Archäologen ernsthaft auseinandergesetzt haben und ihre Haltung sich im Lauf der Tage wandelte. Nur einmal entstand eine längere Debatte zwischen Archäologen und einem Fan, doch auch da blieben die Archäologen in der Rolle der Lehrer. Neugier auf die Fans, echtes Interesse an ihnen wird für diese vermutlich weniger spürbar gewesen sein. Die Archäologen informierten, aber unterhielten kaum, während die „Bild“-Zeitung unterhielt, aber kaum informierte – für erfolgreiche Wissenschaftskommunikation braucht es aber beides (HORNIG PRIEST 2009, 230).<sup>19</sup> Vielleicht sind das Gründe dafür, dass die befragten Schatzsuche-Fans die Archäologen-Kommentare zwar als nützlich und interessant empfanden, ihre Haltung zur Thematik jedoch nicht änderten. Man sollte die Einmischung auf Facebook aber durchaus als Erfolg werten, schon allein, weil die Archäologen vom 8. März bis über das Ende der Schatzsuche hinaus die Diskussion auf der Fanseite dominierten, für ihre Überzeugung einstanden, damit dem Jubel etwas entgegen setzten und dies vermutlich auch der „Bild“-Redaktion aufgefallen ist.<sup>20</sup> Auch entstanden so wichtige Erfahrungen für die Zukunft. Künftig ist es jedoch ratsam, noch stärker den echten Austausch zu suchen. Darauf gehe ich im Folgenden ein.

### **Wie das Web 2.0 die Wissenschaftskommunikation verändert**

Sind Blogs, Facebook-Fanseiten, Twitter-Beiträge und Filme auf Youtube ein „modischer Schnickschnack“, der bald wieder von der Bildfläche verschwunden sein wird und der deshalb für Wissenschaftskommunikation irrelevant ist? Die Antwort ist nein. Es wird durchaus so sein, dass manche der genannten Plattformen in einigen Jahren verdrängt sein werden von etwas Neuem. Worauf die Menschen – vor allem die jungen – jedoch nicht mehr verzichten wollen, was die Kommunikation grundlegend verändert, ist nach meiner Erfahrung als Onlineredakteurin das Interaktive, das Dialogische, was das Web 2.0 bietet. Soziale Netzwerke funktionieren so enorm gut (ihr Wachstum kann man getrost als explosiv bezeichnen), weil sie sozial sind – das Internet ist nicht mehr nur Wissensspeicher, sondern Interaktionsraum und befriedigt das Bedürfnis nach sozialer Beziehung: Ein Facebook-Kommentar mag nur aus wenigen Sätzen bestehen, aber andere reagieren auf ihn, pflichten ihm bei, widersprechen oder geben ihm eine andere Richtung. Web 2.0 kann Echtzeitkommunikation sein – binnen Minuten ent-



spinnen sich Diskussionen. Man teilt Informationen, sammelt Gedanken und gibt sie an seine Freunde und Kollegen weiter, die sie wiederum an ihre Netzwerke weiterreichen. Ideen, Anregungen, Protest und Begeisterung breiten sich damit organisiert und rasend schnell aus. So vermag auch Erkenntnis zu entstehen (damit experimentiert innerwissenschaftlich derzeit die „open science“-Bewegung). Partizipation ist im Web 2.0 in weit höherem Maße möglich als im früheren Web 1.0, kann ganze Gesellschaften beeinflussen. Das haben allein schon im ersten Drittel des Jahres 2011 mehrere viel diskutierte Ereignisse gezeigt: In Tunesien, in Ägypten, im Iran, in Gaza entwickelt sich Opposition über Blogs, Twitter, Facebook; mit Handys heimlich gefilmte Videos von Protesten gelangen ins Netz und erreichen so die Welt. Erinnern wir uns an das GuttenPlag-Wiki, die gemeinschaftliche Dokumentation von Plagiaten in Karl-Theodor zu Guttenbergs Dissertation. Nach dem Reaktorunglück von Fukushima, als offizielle Informationen spärlich und widersprüchlich waren, maßen Tokioter die Strahlungswerte selbst und stellten die Daten ins Netz, den Geigerzähler vor die Webcam – das wurden die Hauptquellen der Bürger, nicht die Websites der Behörden. Das sind keine Beispiele aus der Wissenschaftskommunikation, sie sollen aber klar machen, dass die Menschen nicht mehr schweigend die Botschaften der Mächtigen und Privilegierten anhören wollen, sondern selbstbewusste Teilhabe für sie immer mehr dazugehört. Dieses Potenzial von Web 2.0 sollte kein Archäologe unterschätzen! Im Fall unserer Schatzsuche hätten die „Bild“-Leser noch vor wenigen Jahren nur ein E-Mail oder einen Leserbrief an die Redaktion schreiben können, was bestenfalls nach einigen Stunden oder Tagen von einem Zeitungsmitarbeiter höflich beantwortet worden wäre. Vernetzung mit anderen Interessierten hätte dabei nicht stattgefunden. Jetzt postet ein Fan direkt eine Frage zu Maya-Göttern auf Facebook, die in derselben Sekunde für alle sichtbar wird. Kurz darauf antwortet ein anderer Fan, schickt einen weiterführenden Link. Oder man träumt gemeinsam davon, andere Rätsel der Maya aufzudecken.<sup>21</sup> Man muss dazu nirgendwohin fahren, keine Öffnungszeiten beachten, sich nicht vorher anmelden, kein Buch lesen und keinen Abschluss vorweisen – die Barrieren der Teilhabe sind niedrig. Wenn die Öffentlichkeit also über archäologische Themen im Web 2.0 diskutiert, können Fachleute daran entweder partizipieren, oder die Diskussionen finden ohne sie statt. Während außerfachliche Diskussion über archäologische Themen früher vielleicht am Stammtisch oder in einem Verein stattfand – das Ausmaß also relativ überschaubar war –, erlauben Social-Media-Plattformen Vernetzungen in weit

größerem Ausmaß. Gleichzeitig können sich auch Archäologen im Web 2.0 hervorragend einbringen und davon profitieren. Auch sie sind ja nicht mehr auf den Brief an die „Bild“-Redaktion angewiesen, der im Zweifelsfall nie beantwortet wird, sondern können sich direkt dort äußern, wo die Debatte stattfindet, erreichen die Menschen ungefiltert und ohne Zeitverzögerung. Allerdings sind sie dort Nutzer wie alle anderen und werden auch auf Augenhöhe wahrgenommen: Auf die korrekte, aber komplizierte Erklärung eines Archäologen wird ein Nutzer möglicherweise mit „Verstehe ich nicht, leuchtet mir nicht ein“ reagieren, völlig unbeeindruckt von Dokortitel und Publikationsliste (von beidem weiß der Nutzer wahrscheinlich nicht einmal). Andere, mit dem Thema vertrautere Nutzer, würden vielleicht etwas Ergänzendes beisteuern oder aber hinsichtlich der Validität von Daten nachhaken. Da solche Kommentare direkt unter einem Blogbeitrag oder einer Facebook-Meldung stehen, für alle sichtbar und sozusagen schwarz auf weiß, kann man sie auch kaum übergehen, sondern ist gut beraten zu antworten. Das erwarten die Nutzer auch – Abschottung und Frontalunterricht im Web 2.0 sind wie Forschung ohne Fachpublikation: das geht nicht. Man muss sich möglicher Kritik stellen, zuhören und lernen wollen. Unbequem ist das – und aufregend. Man wird im Web 2.0 sichtbar, fassbar, und die Archäologie bekommt damit ein Gesicht, ist nicht mehr ein unzugänglicher Behördenapparat. Ohne Risiko ist das nicht, denn die Nutzer merken, wenn sich jemand für sie nicht interessiert, wenn jemand ihre Bedenken einfach abtut, wenn jemand das Web 2.0 als „Werbekanal“ gebraucht. Auch das kann öffentlich kommentiert und weitererzählt werden. Man kann im Web 2.0 also durchaus Fehler machen und viel Lehrgeld zahlen.

### **Ausblick**

Forschungseinrichtungen und Universitäten befassen sich bereits mit dem Potenzial von Web 2.0. Die meisten stehen mit ihrem Engagement noch am Anfang, mancherorts ist man schon weiter: Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt will die 14- bis 29-Jährigen besser erreichen – und versucht das mittels mehrerer Blogs, eines Twitter-Kanals, einer Facebook-Fanseite und Youtube-Filmen. Stefan Rahmstorf vom Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung, der Mitglied im IPCC-Panel ist, bloggt voller Engagement: Das Blog „KlimaLounge“ gilt für Bürger, für Journalisten und mutmaßlich auch für Politiker als Informationsquelle erstens Ranges. Das Fraunhofer-Institut hat im April 2011 für forschungsblog.de den Blogger und Journalisten

Sascha Lobo angeheuert. Man versucht, Sachverhalte einmal wissenschaftsnah darzustellen und parallel dazu noch einmal für die breite Öffentlichkeit. Auch die Deutsche Forschungsgemeinschaft begrüßt Web-2.0-Aktivitäten ausdrücklich und hat unter anderem das Internetfernsehportal „DFG Science TV“ ins Leben gerufen, wofür die Forscher das Filmmaterial selbst drehen. „Die DFG ermuntert geförderte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler stets, ihre Arbeit an die Öffentlichkeit zu tragen – auch über die Kanäle des Web 2.0“, sagt die für Multimedia und Internet zuständige Pressereferentin der DFG, Cornelia Pretzer (pers. Komm., 3.4.2011).

Die klassische Wissenschaftskommunikation, wie sie lange praktiziert und phantasiert wurde – der Archäologe erklärt dem gebannt lauschenden Laien in etwas einfacheren Worten die aufregende Welt seiner Disziplin – wird gerade abgelöst. Entscheidend ist, das Web 2.0 nicht einfach nur bedienen zu wollen, weil „man das jetzt so macht“. Auch fünf Twitterkanäle, aufwendiges Filmmaterial und eine Armee an bloggenden Forschern nützen wenig, wenn man lediglich wie früher auf den klassischen Web-1.0-Instituts-Websites seine Weisheiten verkündet. Web 2.0 ist nicht nur eine Frage der Technik, sondern genauso der inneren Haltung. Das Gespräch mit dem Bürger ist es, was der Wissenschaftler wagen muss und fatalerweise so lange versäumt hat (siehe dazu auch SONNABEND 2009). Wer sich allerdings schon damit sehr schwertut, dass Journalisten nicht haargenau das schreiben, was man gerne hätte, wird es nicht leicht haben, sich mit den „Laien“ auseinanderzusetzen. Und wer allenfalls zur „Aufklärung“ und Information dieser „Laien“ bereit ist, muss schnellstens umdenken, um den Anschluss nicht zu verpassen und öffentlich ignoriert zu werden. Dabei hat die Archäologie auch für Web-2.0-Umgebungen vieles anzubieten, mehr als manch anderes Fach. Die Archäologie mit ihren nicht erneuerbaren Ressourcen, den Befunden und Funden, ist außerdem in besonderem Maße auf die Unterstützung der Öffentlichkeit angewiesen und kann daher aus dem direkten Dialog mit den Bürgern viel gewinnen. Das Wissen um die Wünsche, Träume und Befürchtungen gegenüber der Archäologie – wie sie beispielsweise auf der Schatzsuche-Fanseite geäußert wurden – fließt klugerweise in die außerfachliche Kommunikation archäologischer Themen ein und macht sie besser. Das ist nur ein Ansatz, wie Archäologie von Web 2.0 profitieren kann, es gibt ihrer viel mehr!

Was ist mit den Forschern, den Disziplinen, die das alles nicht interessiert, die weiter von der Öffentlichkeit unbehelligt bleiben wollen? Wir haben es im März und April 2011 gesehen, ich habe es hier

zu skizzieren versucht: Wer den Menschen im Internet, einer ihrer Hauptinformationsquellen, keine verständlichen, guten Informationen zu einem Sachverhalt zur Verfügung stellt, wer außerdem nur zuschaut, wenn eine öffentliche Schatzjagd stattfindet, der darf sich nicht beklagen. Nicht über die bösen Medien und nicht über die ignoranten Bürger. Dabei ist es gleichgültig, ob im Izabal-See nun ein Schatz gefunden wurde oder nicht. Bei vielen Menschen wird hängen geblieben sein, dass es völlig in Ordnung ist, irgendwo nach Maya-Gold zu suchen und damit berühmt und reich zu werden. Schweigt man dazu und tut nichts, ist man auch dadurch Handelnder und für eine Situation mitverantwortlich. Sich nicht zu beteiligen heißt nicht, dass man unbeteiligt bleibt. Archäologen beklagen recht gern, dass die Öffentlichkeit sich nur für die Sensationen interessiert, dass die Deutungshoheit des Fachs gefährdet ist – dabei tun manche alles, um nicht das Spannende abseits der Sensation vermitteln und an der öffentlichen Deutung partizipieren zu müssen.

Öffentliche Deutungen werden im Web 2.0, wie nun ausführlich beschrieben, zunehmen. Institutionen, die sich diesem Dialog nicht öffnen, werden Schiffbruch erleiden, prognostizierte der Zukunftsforscher und Organisationspsychologe Peter Kruse in einem Interview mit dem Stifterverband: „[...] Parteien, Unternehmen oder Bildungsinstitutionen werden ihren gewohnten Einfluss nur noch dort ausüben können, wo es ihnen gelingt, die Menschen zu aktivieren. Nur wer selbst Teil der Dynamik wird, hat eine Chance, die Themen zu treffen, die resonanzfähig sind. Wer nicht ‚mitschwingt‘, wird abgehängt. So gesehen wechselt die Macht vom Anbieter auf den Nachfrager. Das ist radikal.“ (DIEHN 2011, 42).

Im Dezember 2012 endet die Lange Zählung des Maya-Kalenders, was oft als Vorhersage des Weltuntergangs oder der Transformation interpretiert wurde. Diesem Thema haben sich Filmemacher, darunter Roland Emmerich, bereits gewidmet, auch Esoteriker bereiten sich längst darauf vor. Wahrscheinlich, übrigens, hat das auch die „Bild“-Redaktion schon auf ihrer Planung. Noch haben Mesoamerikanisten und Archäologen Zeit, sich zu überlegen, wie sie sich in die anstehende Debatte einbringen wollen. Dieser Artikel hat dafür hoffentlich ein paar Anregungen gegeben.

## Dank

Die Medienforscherin Sabine Feierabend hat mir hinsichtlich der Auswertung der beiden Umfragen sehr weitergeholfen. Vielen, vielen Dank! Ich bedanke mich außerdem bei Catherine Letcher Lazo,

Cornelia Pretzer und Daniel Schleusener für die hochinteressanten Gespräche. Christina von Elm und Rainer Schreg danke ich herzlich für ihre Ermutigung und guten Rat.

## Anmerkungen

<sup>1</sup> Die Fanseite [www.facebook.com/Maya.Schatz](http://www.facebook.com/Maya.Schatz) ist öffentlich, also ohne Login, zugänglich [6.5.2011].

<sup>2</sup> In diesem Artikel wird nicht behandelt, wie das Web 2.0 die innerwissenschaftliche und die inner-archäologische Debatte verändert.

<sup>3</sup> Daten der „Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.“ (IVW), siehe <http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=&p=&20111=ON&20103=ON&detail=true&titelnrliste=1090;&alle=%5BDetails%5D> [6.5.2011]

<sup>4</sup> Der „Gefällt mir“-Button mit dem kleinen blauen Daumen ist ein ganz wesentlicher Bestandteil des Erfolgs von Facebook. Was jemandem „gefällt“, wird all dessen Facebook-Freunden angezeigt, beispielsweise: „Tim gefällt ‚Deutsches Archäologisches Institut‘“. Wer von Tims Facebook-Freunden dessen Urteilsfähigkeit schätzt oder ähnliche Interessen hat, klickt vielleicht auch auf die DAI-Facebook-Fanseite, die ihm vorher unbekannt war. „Gefällt“ sie ihm ebenfalls, erhält er künftig nicht nur regelmäßige DAI-Informationen angezeigt, sondern hat auch seinen Freundeskreis bei Facebook über sein Interesse informiert. Der „Gefällt mir“-Button ist also der Mundpropaganda recht ähnlich. Er findet sich längst nicht mehr nur auf Facebook, sondern auch auf hunderttausenden anderer Websites. Bei Facebook eingeloggte Nutzer können so z. B. einen Artikel des Magazins „Stern“ mit „Gefällt mir“ bewerten, was dann automatisch den Facebook-Freunden dieser Nutzer angezeigt wird. Auf diese Weise verbreiten sich Hinweise auf interessante, empörende, lustige und wichtige Informationen rasend schnell.

<sup>5</sup> Nach Angaben von Social Media Schweiz/facebook.com waren am 30. April 2011 weltweit 674,1 Millionen Mitglieder bei Facebook registriert, in Deutschland sind es 17,6 Millionen Mitglieder. Online verfügbar unter <http://www.socialmediaschweiz.ch/html/landerberichte.html> [6.5.2011]. Gerne wird die Mitgliederzahl mit der Einwohnerzahl von Ländern verglichen. Nach diesem Maßstab haben nur noch China und Indien mehr Einwohner als Facebook Mitglieder hat.

<sup>6</sup> Quantität ist natürlich nicht alles – es kann durchaus wichtiger sein, die „richtigen“ 100 Menschen zu erreichen als einfach nur so viele Menschen wie möglich. Die Masse der Bürger beeinflusst die Archäologie jedoch als Wähler und als Steuerzahler. Es sind die Bürger, die einen archäologischen Fund melden (oder ihn verheimlichen). Sie bilden die Gesellschaft, in deren Auftrag und in deren Mitte die Archäologie agiert. Eine erfolgreiche Archäologie ist ohne den Rückhalt

der breiten Öffentlichkeit nicht denkbar.

<sup>7</sup> Das geschah auch offline, wie am Rande erwähnt sei: Nach einem Kommentar auf der Schatzsuche-Fanseite wurde ich am 8. März von einem der „Bild“-Fans, einer jungen Frau, angerufen. Warum ich denn gegen den armen alten Mann (gemeint war Joachim Rittstieg) sei, der doch nur etwas Gutes tun wolle? Die Argumente, dass da ein versunkener Schatz liege, seien in ihren Augen plausibel. Es sei doch wichtig, danach zu suchen, auch für das Land, das den Tourismus dringend brauche. – Wir unterhielten uns lange und haben beide dazugelernt: Sie weiß nun etwas mehr über Archäologie, z. B. über die Bedeutung des Fundkontexts, und sieht manches kritischer. Mir hingegen ist am Beispiel dieser Person sehr bewusst geworden, dass manche aus den besten Beweggründen – der aufrichtigen Wertschätzung von Archäologie, den Maya und Guatemala – Fans der „Bild“-Schatzsuche geworden sind.

<sup>8</sup> Dass diese Nachricht den Eindruck erweckt, ein „Maya-Schatz“ befände sich tatsächlich auf dem Grund des Izabal-Sees, sei hier erwähnt, es soll aber nicht weiter darauf eingegangen werden.

<sup>9</sup> In einer Studie, welche die Unterschiede der „Bild“ zu anderen journalistischen Produkten untersucht, heißt es: „Andere schreiben Berichte und versuchen sie als Geschichten zu inszenieren. ‚Bild‘ schreibt dagegen ihre Story, ihre Geschichte und inszeniert sie als Bericht.“ Einem Erzählkern ordne die „Bild“ Fakten zu, beschaffe passende Fakten und missachte nicht passende Fakten (ARLT/STORZ 2011, 26-27).

<sup>10</sup> Es wäre zu untersuchen, ob es sich mit Wissenschaftlern aus verwandten Disziplinen (z. B. die archäologischen Fächer, Ethnologie etc.) hinsichtlich ihrer Affinität zu Sozialen Netzwerken anders verhält.

<sup>11</sup> Selbstredend liegt es mir fern, wissenschaftliche Artikel in irgendeiner Weise abzuqualifizieren. Für die außerwissenschaftliche, tagesaktuelle Debatte sind sie jedoch nicht sinnvoll.

<sup>12</sup> Es soll nicht der Eindruck entstehen, diese Situation beschränke sich auf diesen Fachbereich, sie lässt sich lediglich an ihm festmachen.

<sup>13</sup> Da die Schatzsuche jedoch beendet war, war nicht mit einer starken Beteiligung zu rechnen.

<sup>14</sup> Aus den personenbezogenen Daten, die erfragt wurden, ergibt sich, dass sechs der 15 Archäologen noch studieren. Vor allem sind Ur-/Vor- und Frühgeschichtler unter den Befragten. Sechs Personen sind zwischen 20 und 29 Jahre alt, drei zwischen 30 und 39 Jahre, vier zwischen 40 und 49 Jahre und zwei zwischen 50 und 59 Jahre.

<sup>15</sup> Die sich dagegen entschieden hatten, gaben als häufigsten Grund für ihre Zurückhaltung an, sie hätten es nicht über sich gebracht, den „Gefällt mir“-Button auf der Schatzsuche-Fanseite anzuklicken, weil ihnen die Schatzsuche ja ganz und gar nicht gefallen habe. Der

Klick ist nötig, um auf der Fanseite schreiben zu können.

<sup>16</sup> Das Interesse an der Sache scheint generell für die Abonnenten von Facebook-Fanseiten wichtig zu sein: Bei einer für das ZDF durchgeführten repräsentativen Studie zum Nutzungsverhalten in Onlinecommunities gaben 64% der Befragten an, das wichtigste Motiv für das Abonnieren von Facebook-Fanseiten sei, dass sie „echte“ Fans der Inhalte seien. 39% der Befragten gaben als Hauptgrund an, regelmäßig Updates zu einem bestimmten Thema bekommen zu wollen; 36% wollen sich dort mit Gleichgesinnten austauschen (FREES/FISCH 2011, 158-159).

<sup>17</sup> Dass fast alle befragten Archäologen bereit wären oder es immerhin für möglich halten, im Web 2.0 für Nicht-Experten über Archäologie zu schreiben, ist eine Haltung, die nicht verallgemeinert werden kann. Sie stammt von Personen, die alle ein Facebook-Profil haben, damit den Neuen Medien gegenüber aufgeschlossen sind und ohnehin bereit waren, auf der Schatzsuche-Fanseite zu diskutieren.

<sup>18</sup> Mir begegneten während der Recherchen für diesen Artikel keine Pressemeldung einer archäologischen Institution und kein Interview mit einem Archäologen zur „Bild“-Schatzsuche. Kein Mitglied der Gruppe „Kulturgut-Raub“ gab einen entsprechenden Hinweis weiter. Auch als Journalistin, die regelmäßig über archäologische Themen schreibt, erhielt ich keine entsprechende Pressemeldung und fand auch in Nachrichtenagenturen nichts. Es dürfte in deutschsprachigen Massenmedien keinerlei Äußerung von Archäologen zur „Bild“-Schatzsuche gegeben haben.

<sup>19</sup> Es ist hier unbedingt anzumerken, dass Unterhaltung im „Bild“-Stil – emotionalisieren, skandalisieren und die Protagonisten zu Statisten degradieren – nicht die Grundlage qualitätvoller Unterhaltung ist.

<sup>20</sup> Dass diese „Übernahme“ der Fanseite funktioniert hat, zeigt m. E. auch, dass die „Bild“ ihrem Ausspielweg Facebook noch recht wenig Beachtung schenkt (ein weiteres Indiz dafür ist, dass die Redakteure mit den Nutzern kaum interagieren, was auf Web-2.0-Angeboten von Massenmedien aber ein Muss ist). Es wäre für „Bild“-Journalisten ein Leichtes gewesen, gegen die Kommentare von den doch wenigen Archäologen Stimmung zu machen und die Fans aufzuwiegen. Eine Angriffsfläche hätten vor allem einzelne unüberlegte (und leider auch entlarvende) Kommentare geboten wie dieser: „Ihr seid keine Forscher! [...] wo kämen wir denn hin, wenn jeder X-Beliebige sein Schäufelchen schwingt?? [...] nochmal in aller Deutlichkeit: ES GIBT DORT KEINEN SCHATZ UND KEIN FUCKING ATLANTIS!“ (ich möchte gerne festhalten, dass dieser Kommentar allem Anschein nach von Archäologen-Seite kommt, aber nicht von einem Mitglied der Gruppe „Kulturgut-Raub“).

<sup>21</sup> Für die Betreiber der großen Plattformen und für Firmen, die darauf Profile erstellen, ist dieser „user ge-

nerated content“ hochinteressant: Inhalte werden kostenlos von den Nutzern erstellt. Diesen Vorteil können sich auch Forschungseinrichtungen zunutze machen.

## L i t e r a t u r

ALBIEZ, S. et al.: Stellungnahme deutschsprachiger Mesoamerikanisten zur BILD-Schatzsuche in Guatemala (Bonn 7.3.2011). Online verfügbar unter <http://www.aeb.uni-bonn.de/archiv/sonstiges/stellungnahme-deutschsprachiger-mesoamerikanisten-zu-bild-schatzsuche-in-guatemala> [30.4.2011].

ARLT, H. J./STORZ, W.: Drucksache „Bild“ – Eine Marke und ihre Mägde. Die „Bild“-Darstellung der Griechenland- und Eurokrise 2010. Studie der Otto-Brenner-Stiftung (Frankfurt März 2011). Online verfügbar unter <http://www.bild-studie.de/> [5.5.2011].

BITKOM (BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E.V.): Nachrichtenportale wachsen weiter. Pressemitteilung (Berlin 31.1.2011). Online verfügbar unter [http://www.bitkom.org/de/presse/8477\\_66734.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_66734.aspx) [24.4.2011].

BITKOM (BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E.V.): Die Top10 der Online-Communitys. Pressemitteilung (Berlin 10.4.2011). Online verfügbar unter [http://www.bitkom.org/de/presse/8477\\_67627.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_67627.aspx) [24.4.2011].

BITKOM (BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E.V.): Erstmals mehr als 50 Millionen Deutsche im Internet. Pressemitteilung (Berlin 12.4.2011). Online verfügbar unter [http://www.bitkom.org/de/presse/8477\\_67654.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_67654.aspx) [24.4.2011].

BITKOM (BUNDESVERBAND INFORMATIONSWIRTSCHAFT, TELEKOMMUNIKATION UND NEUE MEDIEN E.V.): Halb Deutschland ist Mitglied in sozialen Netzwerken. Pressemitteilung (Berlin 13.4.2011). Online verfügbar unter [http://www.bitkom.org/de/presse/8477\\_67667.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/8477_67667.aspx) [24.4.2011].

BURGHARDT, P.: Jäger des verlorenen Quatsches. „Bild“-Zeitung auf Schatzsuche. In: *Süddeutsche Zeitung*, 5.3.2011. Online verfügbar unter <http://www.sueddeutsche.de/medien/bild-zeitung-auf-schatzsuche-jaeger-des-verlorenen-quatsches-1.1068195> [25.4.2011].

DIEHN, T.: „Die Macht wechselt vom Anbieter auf die Nachfrager“. Interview mit dem Zukunftsforscher und Organisationspsychologen Peter Kruse. In: *Wirtschaft & Wissenschaft* (1, 2011), 40–43. Online verfügbar unter

[http://www.stifterverband.info/meinung\\_und\\_debatte/2011/kruse\\_neue\\_medien\\_gesellschaft/index.html](http://www.stifterverband.info/meinung_und_debatte/2011/kruse_neue_medien_gesellschaft/index.html) [1.5.2011].

FREES, B./FISCH, M.: Veränderte Mediennutzung durch Communitys? Ergebnisse der ZDF-Studie Community 2010 mit Schwerpunkt Facebook. In: *Media Perspektiven* (3, 2011), 154–164. Online verfügbar unter [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/03-2011\\_Frees\\_Fisch.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/03-2011_Frees_Fisch.pdf) [10.4.2011].

HORNIG PRIEST, S.: Reinterpreting the audiences for media messages about science. In: R. Holliman et al. (Hg.): *Investigating Science Communication in the Information Age. Implications for public engagement and popular media.* (Oxford 2009), 223–236.

NEUBER, H.: (Echte) Wissenschaftler protestieren gegen „Bild“. Offener Brief von gut 100 Mittelamerika-Experten gegen eine „Maya-Schatzsuche“. Telepolis, 21.3.2011. Online verfügbar unter <http://www.heise.de/tp/blogs/6/149485> [30.4.2011].

SCHLEUSENER, D. (2011a): Wie „Bild“ einmal keinen Schatz fand (BILDblog – Ein Watchblog für deutsche Medien (Weblog)), 15.3.2011. Online verfügbar unter <http://www.bildblog.de/wie-bild-einmal-keinen-schatz-fand/> [6.5.2011].

SCHLEUSENER, D. (2011b): Wie Bild einmal keinen Schatz fand – Teil 2 (The Complete MesoAmerica ... and more (Weblog)) 15.3.2011. Online verfügbar unter <http://tcmam.wordpress.com/2011/03/15/wie-bild-einmal-keinen-schatz-fand-teil-2/> [6.5.2011].

SCHMIDT, H.: Jeden Tag verbinden sich 10 000 Seiten mit Facebook. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 8.3.2011 (Nr. 56), 15. Online verfügbar unter <http://www.faz.net/s/RubC9401175958F4DE28E143E6888825F6/Doc~E5DA11F485DCA4BCC88CD826808A35E2A~ATpl~Ecommon~Scontent.html> [7.5.2011].

SONNABEND, M.: Wissenschaftskommunikation in Zeiten des Web 2.0 (Bild am Sonnabend (Weblog)), 9.12.2009. Online verfügbar unter <http://sonnabend.posterous.com/wissenschaftskommunikation-in-zeiten-des-web> [7.5.2011].

Diane Scherzler M. A.  
Orchideenweg 6  
72762 Reutlingen  
[www.diane-scherzler.de](http://www.diane-scherzler.de)  
[mail@diane-scherzler.de](mailto:mail@diane-scherzler.de)

