



Achim Saupe, Authentizität,

Version: 1.0, in: Docupedia-Zeitgeschichte, 11.02.2010

http://docupedia.de/zg/Authentizit%C3%A4t_Version_1.0_Achim_Saupe

DOI: <http://dx.doi.org/10.14765/zzf.dok.2.1162.v1>

Copyright (c) 2018 Clio-online e.V. und Autor, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk entstand im Rahmen des Clio-online Projekts „Docupedia-Zeitgeschichte“ und darf vervielfältigt und veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der Rechteinhaber vorliegt. Bitte kontaktieren Sie: <redaktion@docupedia.de>

Authentizität

von Achim Saupe

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts hat sich der Authentizitätsbegriff zu einem allseits verwandten Schlagwort gewandelt. Über Authentizität wird heutzutage in vielen kulturwissenschaftlichen Disziplinen gesprochen: in der Psychologie, der Pädagogik, der Soziologie, der Ethnologie, den Politikwissenschaften, der Philosophie und selbstverständlich in den Kunstwissenschaften und der Ästhetik. Der schillernde Authentizitätsbegriff hat auch den Bereich der Geschichtsschreibung und der Zeitgeschichte erfasst, und doch ist Authentizität keinesfalls ein zeithistorischer Grundbegriff.

Nach der griechischen Herkunft des Wortes bedeutet authentisch (**αυθεντικός** *authentikós*; lat: *authentēs*) zunächst Echtheit im Sinne des Verbürgten, das „als Original befunden“ wird. Authentizität impliziert gleichzeitig Urheberschaft, „Herr“ und „Gewalthaber“ und ist damit eng mit „Autorität“ verknüpft. Im Griechischen gehören zu den Implikationen des Authentizitätsbegriffes auch der „Mörder“ und das Selbstvollendete (*auto-entes*), und insofern der „Selbstandanlegende“, was das breite Bedeutungsspektrum vom Urheber, Täter und der Autorität über Echtheit, Glaubwürdigkeit, Aufrichtigkeit, Wahrhaftigkeit und der Treue zu sich selbst bis hin zum Selbstmörder erklärt.^[1]

Vereinfachend lässt sich zwischen Objekt- und Subjektauthentizität unterscheiden, die ihrerseits beide auf (Selbst-)Darstellung angewiesen sind. Authentizität kann also etwa den authentischen Text (Philologie) oder das authentische Ausstellungsobjekt, authentische Darstellungen und Aufführungen (das authentische Kunstwerk, die authentische Fotografie, die authentische historische Darstellung oder aber den authentischen Ausdruck im Theater) sowie Subjekte (etwa die authentische Existenz sowie die authentische Verkörperung oder Selbstdarstellung) betreffen. „Authentisch“ kann dabei als Abstraktum oder als konkrete Eigenschaft verstanden werden, die etwas oder jemandem zugeschrieben wird und die bei Personen mit bestimmten Äußerungen des Selbst assoziiert und von diesen verkörpert wird. Das „Authentische“ – welches immer einen gewissen Mehrwert gegenüber dem „Echten“ und „Originalen“ zu besitzen scheint –, kann also essenzialistisch ausgefüllt werden. Jedoch bietet es sich an, Authentizität vor allem im Hinblick auf Kommunikationsstrukturen zu untersuchen, d.h. danach zu fragen, wem und was wann, wie und weshalb Authentizität zugesprochen wird. In diesem Sinne kann man mit Helmut Lethen skeptisch festhalten: „Was authentisch ist, kann nicht geklärt werden“, weshalb es allein um

eine Analyse von „Effekten des Authentischen“ gehen könne.^[2]

Im Folgenden sollen drei Dimensionen des Authentizitätsbegriffes näher betrachtet werden: Erstens geht es um den Aufstieg des neuzeitlichen Authentizitätsbegriffes, der eng mit der Geschichte des modernen Subjekts verknüpft ist. Zweitens wird der Authentizitätsbegriff vor dem Hintergrund der Entwicklung der modernen Medien- und Konsumgesellschaft betrachtet sowie die Frage gestellt, wie sich das Politische zum Authentischen verhält. Drittens wird die Frage zu klären sein, wo und inwieweit die Authentizitätsproblematik historiografische Diskurse und die historische Forschung berührt.

Personale Authentizität – Der Aufstieg des modernen Authentizitätsbegriffes

Der Aufstieg des Authentizitätsbegriffes ist eng an die Geschichte, Konzeption und Ethik des modernen Subjekts gebunden. Authentizität kann als eine Quelle des modernen Selbst verstanden werden und wird in der politischen Theorie oft vom Begriff der Autonomie abgegrenzt, womit zugleich eine Differenzierung zwischen „Selbstbestimmung“ und „Selbstverwirklichung“ vorgenommen wird.^[3]

Als ein Wendepunkt kann das Werk von Jean-Jacques Rousseau begriffen werden, der als „Begründer einer Ethik der Authentizität“^[4] gilt, auch wenn er diesen Begriff selbst selten benutzt hat. Für Rousseau ist die Entfaltung des moralischen Bewusstseins nur dadurch möglich, „dass Personen sich in einem authentischen Selbstverhältnis befinden, das metaphorisch als Treue zur eigenen inneren Natur bezeichnet werden kann. Das aufrichtige Selbstverhältnis hängt nicht von moralischen Belehrungen ab, sondern geht aus dem Gefühl der eigenen Existenz hervor, dem das Gewissen bereits eingeschrieben ist.“^[5] Rousseaus Werk kann insofern als ein Indikator eines langfristigen Umgestaltungsprozesses verstanden werden, der die neuzeitliche Kultur zu Vorstellungen tieferer Innerlichkeit und radikaler Autonomie hinführte. Auf ihn beziehen sich in der einen oder anderen Weise philosophische Theorien der Selbsterkundung, ebenso wie Überzeugungen, die Freiheit durch Selbstbestimmung als Schlüssel zur Tugend ansehen.^[6]

Neben Rousseau kann man die Vorstellung vom authentischen Selbst auf Johann Gottfried Herder zurückführen, der in seinen „Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit“ schrieb: „Jeder Mensch hat ein eignes Maß, gleichsam eine eigne Stimmung aller sinnlichen Gefühle zueinander.“^[7] Die Vorstellung, dass jeder Mensch seine eigene originelle Weise hat, bildet sich am Ende des 18. Jahrhunderts im Zuge der Aufklärung, der Kultur der

Empfindsamkeit und der Frühromantik bzw. des von Charles Taylor diagnostizierten „Expressivismus“ aus und ist tief in das moderne Bewusstsein eingegangen. Mit der Entdeckung der Originalität und der „inneren Stimme“, der Vorstellung, dass jedes Individuum etwas Ureigenes ist, was zugleich jedem die Pflicht auferlegt, der eigenen Originalität im Leben gerecht zu werden, gewinnt das Authentische an Bedeutung.^[8]

Während Theodor W. Adorno die Verwendung des Authentizitätsbegriffes im Rahmen seiner ästhetischen Theorie noch rechtfertigen zu müssen glaubte und ihm als „Wort aus der Fremde“ die Qualität eines „Zauberworts“^[9] attestierte, sollte der Authentizitätsdiskurs in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts einen rasanten Aufstieg erleben, der sich mitunter auch auf die Existenzphilosophien Martin Heideggers und Jean-Paul Sartres berufen konnte.

Das „Authentische“ stand seit den 1960er-Jahren in der Hippie-Bewegung, im linksalternativen Milieu und den Neuen Sozialen Bewegungen, aber auch im New Age und der Esoterik, die ihrerseits an die Lebensreformbewegungen der Zeit um 1900 anschlossen, hoch im Kurs.^[10] Verbunden war damit eine „Revolutionierung des Alltagslebens“, die „Selbstbestimmung, Selbsttätigkeit und Selbstverwirklichung“ (Dieter Kunzelmann) ernst nahm und mit der eine „Unmittelbarkeit des Politischen“, „eine Politik der ersten Person“ und „ganzheitliche und körperbewusste Politikvorstellungen“ verknüpft waren.^[11] Dabei hatte man im linksliberalen Milieu, in dem das Authentische als „Identitätsmarker“ sowie als „Selbstführungstechnik der Subjekte“ fungierte, „nicht nur das Recht, selbstverwirklicht zu leben, sondern geradezu die Pflicht, über sich Rechenschaft abzulegen und die Selbsterkenntnisse anderen mitzuteilen. Zum Bekenntnis für ein alternatives Leben gehörte das Geständnis vermeintlich persönlicher Mängel und die Enthüllung derselben. Die frei gewählte Selbstthematiskierungskultur bedeutete keineswegs nur Freiheit, sondern auch den Zwang der Selbstverpflichtung – gegenüber sich selbst und den anderen.“^[12]

In kritischer Auseinandersetzung mit den Neuen Sozialen Bewegungen profilierten sich in den 1970er- und 80er-Jahren zunehmend authentizitätsskeptische Stimmen, die gerade in den trivialeren Formen des Authentizitätspathos, der Selbstverwirklichung und Selbsterfüllung die Tendenz zu Selbstabschottung, Ich-Bezogenheit und Narzissmus sahen. Während Christopher Lasch im kulturkonservativen Duktus die Konsumgesellschaft als eine *culture of narcissism* beschrieb, die auf Werte weitgehend verzichte, erkannte Lionel Trilling im zeitgenössischen Authentizitätsdiskurs einen dogmatischen „Moraljargon“, der anzeige, wie problematisch man die eigene Existenz einschätze.^[13]

Richard Sennett sprach 1973 in „The Fall of Public Man“ von der „Tyrannei“ bzw. der „Ideologie der Intimität“, welche die politische Kultur des 20. Jahrhunderts zunehmend ausmache, und diagnostizierte einen „Verfall des öffentlichen und gesellschaftlichen Lebens“.^[14] Der „Narzissmus und der Markt der Selbstoffenbarung“ strukturiere „Verhältnisse, unter denen der intime Ausdruck von Gefühlen destruktiv“ werde. Zunehmend spreche man über die „Authentizität von Beziehungen“, was insgesamt zu einer neuen „Sprache des Selbst“ geführt und das Gefühl entstehen lassen habe, man müsse sich erst „einander als Personen kennen lernen, um miteinander handeln zu können“. Der „Prozess der gegenseitigen Selbstoffenbarung“ rufe jedoch Immobilität im gesellschaftlichen Handeln hervor: „Wenn eine Person als authentisch beurteilt wird oder wenn eine ganze Gesellschaft als ganzer gesagt wird, sie schaffe Authentizitätsprobleme, dann enthüllt diese Redeweise, wie stark soziales Handeln abgewertet ist, wobei der psychologische Kontext immer größeres Gewicht erhält.“^[15] In Gesellschaften, die dem Mythos aufsäßen, dass „sämtliche Mißstände der Gesellschaft auf deren Anonymität, Entfremdung, Kälte“ zurückgeführt werden könnten, dominiere eine Anschauung, derzufolge Nähe ein „moralischer Wert“ an sich sei und sich „Individualität im Erlebnis menschlicher Wärme und in der Nähe zu anderen“ entfalte: Danach seien „soziale Beziehungen jeder Art [...] umso realer, glaubhafter und authentischer, je näher sie den inneren psychischen Bedürfnissen der einzelnen kommen“. Die Ideologie der Intimität verwandle dabei alle politischen Kategorien in psychologische, die Sprache der Authentizität ersetze den gesunden Menschenverstand.^[16]

Gerade in neuester Zeit ist immer wieder diskutiert worden, inwieweit (inter-)subjektive „Verantwortung und Bindungen als Quelle authentischer Lebensverhältnisse zu begreifen“^[17] sind, inwieweit das authentische Selbst als Grundvoraussetzung von positiver und negativer Freiheit angesehen werden muss und wie die mit dem Authentizitätsbegriff zusammenhängenden Ideen der „Selbstverwirklichung“ und der „Selbsterfüllung“ mit dem Gesellschaftlichen zusammengedacht werden müssen.

So sieht Charles Taylor in seiner dem Kommunitarismus verpflichteten politischen Theorie das authentische Selbst als Ausgangspunkt menschlicher Würde und gegenseitiger Anerkennung. Das Authentische ist hier die Aufforderung, niemanden nachzuahmen, sondern selbst zu sein: „Wenn ich mir nicht treu bleibe, verfehle ich den Sinn meines Lebens; mir entgeht, was das Menschsein für *mich* bedeutet. [...] Sich selbst treu zu sein heißt nichts anderes als: der eigenen Originalität treu sein, und diese ist etwas, was nur ich selbst artikulieren und

ausfindig machen kann. Indem ich sie artikuliere, definiere ich mich zugleich selbst.^[18] Das Authentizitätsideal ist bei Taylor mit Zielen der Selbsterfüllung, der Selbstverwirklichung und der Selbstbestimmung verbunden – ein Hintergrund, der der Kultur der Authentizität auch noch „in den trivialsten Formen moralische Kraft verleiht“ und dem Leben eine „eigene Aufgabe“, eine „eigene Erfüllung“, einen Sinn gibt. Taylor verbindet mit dem Authentizitätsbegriff einerseits eine kreative, konstruktive und schöpferische Dimension sowie Nonkonformismus und die Möglichkeit des Widerstands gegen gesellschaftliche Moralvorstellungen, andererseits aber auch die Offenheit für den Bedeutungshorizont des Selbst (die Anerkennung der Anderen) und eine dialogische Selbstdefinition, womit er dem etwa von Sennett beklagten Verfall des Gesellschaftlichen entgegentreten will.^[19]

Das authentische Selbst ist in der einen oder anderen Weise immer mit der Vorstellung der Identität und Autonomie von Personen, d.h. ihrer Möglichkeit zur Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung, sowie der Sinnhaftigkeit, Konsistenz und Konsonanz der Existenz verbunden. Im Zeitalter des neuen Kapitalismus, der New Economy und des „flexiblen Menschen“ (Sennett) stehen Selbstfindung und die Suche nach dem authentischen Selbst allerdings vor neuen Herausforderungen. Durch die Flexibilisierung der Arbeitswelt, die Beschleunigung der Arbeitsorganisation, die wachsenden Leistungsanforderungen („lebenslanges Lernen“), die zunehmende Unsicherheit der Arbeitsverhältnisse sowie die Notwendigkeit, jederzeit aus beruflichen Gründen den Wohnort zu wechseln, verlieren Sennett zufolge Wertvorstellungen und Tugenden wie Treue, Verantwortungsbewusstsein und Arbeitsethos an Bedeutung, ebenso wie die Fähigkeit, auf die sofortige Befriedigung von Wünschen zu verzichten und Ziele langfristig zu verfolgen.^[20] Die Einheit und Identität des Subjekts zeigt sich zunehmend fragmentiert bzw. als eine „biographische Illusion“,^[21] was notwendigerweise auch zu einer Neubewertung des authentischen Selbst führen muss. Und schließlich muss die mit dem Authentizitätspathos oft verknüpfte Aufforderung, „zu werden, was man ist“ („Sei authentisch!“), als performativer Widerspruch aufgefasst werden.

Freilich hat nicht nur die Entwicklung der modernen Arbeitsgesellschaft dazu beigetragen, den Gedanken der Originalität des Subjekts und damit auch des authentischen Selbst in Frage zu stellen. Im Zuge der vielstimmigen Kritik der Subjekt- und Identitätsphilosophie, der Kritik von Identitätspolitik sowie durch den Diskurs der Postmoderne, der mit Schlagwörtern wie Simulation, Ambiguität, Entreferentialisierung und dem mittlerweile zum geflügelten Wort gewordenen „Tod des Subjekts“ (Roland Barthes) verbunden werden kann, ist eine

fundamentale Skepsis gegenüber dem Authentischen formuliert worden.

Die Forderung an das moderne Subjekt, authentisch zu sein, ist immer auch eine Antwort auf zeitkritische Diagnosen, die das Individuum als entfremdet ansehen oder in eine „verfallstheoretische Deutung der obdachlosen Moderne“^[22] einbetten. Diese Entfremdung des Subjekts kann dabei auf die Konstitution der Moderne, den zivilisatorischen Prozess, die Herausforderungen des Gesellschaftlichen – die etwa bei Ferdinand Tönnies dazu führten, das Gesellschaftliche von traditionellen, „authentischen“ Gemeinschaften abzugrenzen –, die Auflösung klassischer Milieus oder aber auf die Entwicklung der Massen- und Informationsgesellschaft zurückgeführt werden. Dabei werden Konflikte zwischen dem Einzelnen als „allgemeiner Mensch“ in seiner Rolle als Teil von Gesellschaften, Gemeinschaften, Organisationen und Gruppen und dem Einzelnen als unvergleichliches, singuläres Individuum konstatiert. Insofern kann der Aufstieg des Authentizitätsbegriffes auch als „Ausdruck und zugleich Symptom einer Krise“ verstanden werden, in der sich das Individuum auf paradoxe Weise gezwungen sieht, eine „unvergleichliche Vergleichbarkeit unvergleichlich darzustellen“.^[23]

Die Ausweitung des Authentizitätsbegriffes auf gesellschaftliche Verhältnisse betrieb u.a. die strukturalistisch orientierte Anthropologie. Während sich die ältere Ethnologie für „primitive“, „schriftlose“, „nichtzivilisierte“ oder „traditionelle“ Volks- und Stammeskulturen interessierte, diagnostizierte Claude Lévi-Strauss, dass in modernen Gesellschaften eine unverstellte, authentische *face-to-face*-Kommunikation zunehmend verloren gehe.^[24] Die Suche nach Authentizität wird auch hier meist in einen Begründungszusammenhang mit Entfremdungserfahrungen und Identitätsproblematiken (post-)industrieller Gesellschaften gestellt. In der Karriere des Authentizitätsbegriffes ist also eine „Sehnsucht nach Unmittelbarkeit, nach Ursprünglichkeit, nach Echtheit und Wahrhaftigkeit und nicht zuletzt nach Eigentlichkeit“ zu spüren, die von einer „global betriebenen Authentizitätsindustrie betreut, kanalisiert und ausgenutzt“ werden kann.^[25]

Eines der einleuchtenden Beispiele einer solchen „Authentizitätsindustrie“ ist sicherlich der moderne Tourismus. So betonte Dean MacCannel schon 1976 in seiner Studie über den modernen Touristen, dass dessen Wunsch nach dem Blick „hinter die Kulissen“, nach dem Authentischen und nach authentischer Erfahrung letztlich eine *staged authenticity* schaffe.^[26] Geboten wird ihm eine inszenierte Authentizität, etwa eine *guided tour*, Folkloreveranstaltungen oder Fischbrötchen, wo schon lange keine Fische mehr ins Netz gehen. Entgegen der ontologischen

Differenz von authentisch/inauthentisch zeigt sich hier, dass Authentizität ebenso produziert wird wie in den Vorstellungen der Authentizitätssuchenden entsteht. Im Zeichen von *staged authenticity* erfindet man Traditionen und Erinnerungsorte, wie etwa die schottischen Highland Games, oder sucht das Authentische – im Zeitalter der Simulation hyperrealistisch gewendet – in Erlebnisparks. Im Gegensatz zu kulturkritischen Stimmen, die Authentizitätspilgern nur mit Achselzucken begegnen, betonte MacCannel allerdings, dass dem Touristen authentische Erfahrungen nicht abgesprochen werden dürften, und sei es etwa „nur“ beim Anblick amerikanischer Highways.

Authentizität in der Medien- und Konsumgesellschaft

Im „Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit“ (Walter Benjamin) ergibt sich eine Bedeutungsverschiebung in der Einzigartigkeit des Echten, des Originals. Benjamin bindet die originäre Bedeutung des Kunstwerks an seinen Kultwert, um dann zu behaupten, dass „mit der Säkularisierung der Kunst [...] die Authentizität an die Stelle des Kultwerts“ trete und der Ausstellungswert den Kultwert ablöse.^[27] Darüber hinaus erledigt sich für Benjamin allerdings die Frage nach dem Authentischen hinsichtlich des im Kunstsystem fetischisierten Originalitätscharakters, da „von der photographischen Platte [...] eine Vielheit von Abzügen möglich“ ist und so „die Frage nach dem echten Abzug [...] keinen Sinn“ ergibt. Damit wird aber die Frage nach dem Authentischen vorschnell eingeeht. Während sich durch die Reproduzierbarkeit die „Aura“ des Kunstwerks sicherlich verändert, beginnt mit der Fotografie eine neue Sichtbarkeit des Authentischen – und zwar einerseits dadurch, dass das Licht einen „natürlichen“ Abdruck auf dem fotochemischen Material hinterlässt und andererseits verstärkt durch die Porträtfotografie.

Das Fernsehen als das prädestinierte Medium von Authentizitätseffekten hat sicherlich ebenfalls zum Aufstieg des Authentischen beigetragen, da es einen unvermittelten Blick auf die Realität suggeriert und eine Illusion der Augenzeugenschaft herzustellen vermag. Das Fernsehen ist bei historischen Ereignissen dabei, es befragt am Ort des Geschehens die historischen Akteure, die über ihre Emotionen und Erlebnisse berichten dürfen – oder aber es produziert Pseudo-Ereignisse, die nur stattfinden, weil eine Kamera in der Nähe ist: Die Interviewten, eingeübt in die Spielregeln der Selbstdarstellung und ausgewählt von den Produzenten der Authentizitätsfiktion, schildern ihre Gefühle in einem Moment des Erhabenen, wobei es immer wieder um Formen nicht aufgesetzt wirkender Selbstdarstellung geht.

Neuere Medienformate wie „Big Brother“ oder die Enthüllungsgeschichten und intimen Einblicke der Talkshows, aber auch die Handykultur und andere Prozesse der Intimisierung der Öffentlichkeit verweisen auf neue Möglichkeiten der Selbstinszenierung, wenngleich sie auf ältere Traditionen der Bekenntnisliteratur und die neuere Geschichte der therapeutischen Gesprächskultur zurückgeführt werden können, in der es ebenfalls um die Suche nach dem Authentischen und seine Re-Narrativierung geht. Mit solchen Formaten einer neuen Gesprächs- und Beobachtungskultur geht die „Erweiterung und Einengung von Spielräumen autonom-authentischer Selbstdarstellung Hand in Hand“,^[28] denn die Kultur der Intimität und der Selbstverwirklichung schafft ihre eigenen ritualisierten bzw. habituellen Ausdrucksformen des authentischen Selbst.

In allen Sparten der öffentlichen Medienarbeit versucht man heutzutage, Authentizitätseffekte herzustellen. Moderatoren, Nachrichtensprecher und Entertainer sind darauf angewiesen, ein Mittel zwischen Privatheit und Öffentlichkeit, zwischen Intimität und Distanz herzustellen, um Glaubwürdigkeit und Authentizität zu bewirken. Auch die Werbebranche setzt auf Authentizität zur Markenprofilierung, da heutige Märkte durch eine weitgehend als austauschbar wahrgenommene Produkt- und Markenlandschaft (*brand parity*) geprägt sind. Der Begriff der Marken-Authentizität lässt sich so als „wahrgenommene Wahrhaftigkeit des proklamierten Markennutzenversprechens (Markenpositionierung)“ definieren, und die Wirkung einer authentisch wahrgenommenen Marke soll dabei „in einer Steigerung der Glaubwürdigkeit, dem Aufbau von Vertrauen sowie einer daraus resultierenden erhöhten Akzeptanz und Wertschätzung der Marke“ liegen.^[29] Eine der Strategien kann dabei sein, die Marken-Herkunft als Alleinstellungsmerkmal zu definieren, die dann wiederum mit Faktoren wie „Echtheit“ und „Ehrlichkeit“ verbunden wird.

Authentizität und (Medien-)Politik

Schon Jean-Jacques Rousseau sprach von den „actes authentiques de la volonté general“^[30] – von den authentischen Äußerungen des allgemeinen Willens hinsichtlich des politischen Allgemeinwohls. Während „das Authentische“ in der Kultur des Politischen durch die Neuen Sozialen Bewegungen wiederentdeckt wurde, bahnt es sich heute seinen Weg in die politischen Institutionen. So ist etwa nach dem „Politiklexikon“ von 2006 Authentizität „eine positiv konnotierte Eigenschaft demokratischer Institutionen und Verfahren, die subjektive Zustimmung erzeugt (z.B. aufgrund der Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit)“. Da „moderne Demokratien auf die subjektive, individuelle Zustimmung ihrer Staatsbürger angewiesen sind“, sei „Authentizität ein wichtiges Gütekriterium“ und

werde als Gegenbegriff zu Entfremdung verstanden.^[31] Ob diese Ausweitung des Authentizitätsbegriffes auf politische Institutionen und Verfahren sinnvoll ist, sei dahingestellt, doch wird kaum ein/e Politiker/in etwas dagegen haben, wenn die Weise, in der er oder sie seine politischen Vorstellungen präsentiert, als authentisch wahrgenommen wird.

Dabei dürfen freilich Politiker/innen nicht von sich behaupten, authentisch zu sein oder zugeben, authentisch wirken zu wollen, denn intendierte Kommunikation von Authentizität verwirkt den Kern authentischer Rezeptionserfahrung, der immer mit einem nicht-instrumentellen und intentionslosen Charakter verbunden ist.^[32] Wenn Politiker/innen als authentisch wahrgenommen werden, geht dies über die Frage ihrer Glaubwürdigkeit weit hinaus, denn mit der Ausbildung der Mediendemokratie und der Inszenierungsgesellschaft kommt der Authentizität von Politiker/innen eine neue und immer wichtigere Rolle zu. Charisma erlangen Politiker/innen heute nicht allein durch politisches Handeln, sondern durch eine Persönlichkeitskultur, die auf Authentizität, d.h. Glaubwürdigkeit, Aufrichtigkeit, Überzeugungskraft sowie auf Empfindungen und Emotionen setzt. Authentizität kann insofern als ein modernes soziales Kommunikationsideal aufgefasst werden, das sowohl eine Moralisierung als auch eine Privatisierung von Kommunikation anzeigt.

Politische Kommunikation hat sich in der Mediengesellschaft mehreren Herausforderungen zu stellen: Sie soll Orientierungs-, Vorstellungs- und Deutungsmuster vermitteln und dabei Werte- und Konsensformen anbieten und die Öffentlichkeit mit Herausforderungen, Themen und alternativen politischen Gestaltungsmöglichkeiten konfrontieren sowie komplexe politische Prozesse vermitteln. Politische Kommunikation muss darüber hinaus Politik sichtbar und erfahrbar machen und emotional begründete Identifikationsangebote mit dem politischen System und mit den Kandidaten liefern. Dabei steht die Sachlichkeit und Stringenz der Argumente in Beziehung zur wahrgenommenen Authentizität und moralischen Glaubwürdigkeit von Politiker/innen, womit die politische Sphäre mit der Privatsphäre der Politiker verbunden wird. Authentizität ist hier ein Zusammenspiel der Präsentation politischer Konzepte und Überzeugungen, wobei die öffentliche Inszenierung verstärkt einen Einblick in das Private als Ausdruck des Selbst-Seins gewähren muss und innere Regungen sowohl spontan gezeigt werden dürfen, aber auch der Selbstkontrolle unterliegen.

Authentizität im historiografischen Diskurs und in der historischen Forschung

Als authentisch werden gemeinhin Dokumente angesehen, deren Autorschaft eindeutig zu verifizieren ist. Im 17. und 18. Jahrhundert meinte der Begriff

authentisch neben Glaubwürdigkeit insbesondere „autorisiert“. Die „authentica interpretatio“ ist jene Deutung insbesondere juristischer und religiöser Texte, der nicht widersprochen werden kann, und so blieb es dem Gesetzgeber und Landesherrn vorbehalten, die endgültige authentische Lesart festzulegen.^[33]

Diese Bedeutung ist in der Rechtswissenschaft erhalten geblieben, wenn der vom Gesetzgeber selbst veröffentlichte Wortlaut (wie etwa im Bundesgesetzblatt) „authentisch“ genannt wird. Im Gegensatz dazu stehen andere Verlautbarungen oder Veröffentlichungen wie beispielsweise in juristischen Lehrbüchern oder Kommentaren, die nicht im Wortlaut rechtsverbindlich sind.

Ein Blick in traditionsbildende Historiken des 19. Jahrhunderts zeigt, dass die Termini Authentizität und authentisch trotz des Aufstiegs der historisch-kritischen Methode und der Quellenkritik nicht in prominenter Weise zu finden sind. So kennt Johann Gustav Droysen zwar den Ausdruck ein „Dokument authentisch zu machen“, doch ist damit der traditionelle Sprachgebrauch der Beglaubigung eines amtlichen Dokuments durch den Gesetzgeber gemeint. Im 19. Jahrhundert taucht der Begriff der „authentischen Quelle“ weitestgehend nicht auf – eine Quelle ist entweder echt oder eine Fälschung, aber nicht authentisch. Ausnahmen bestätigen hier die Regel: So führt etwa Friedrich Engels Bericht über „Die Lage der arbeitenden Klasse in England“ von 1844 den Untertitel „Nach eigener Anschauung und authentischen Quellen“.

Trotz der Orientierung des Historismus an historischen Persönlichkeiten und seiner Tendenz zur Biografisierung ganzer Geschichtsepochen blieb der Geschichtsschreibung jener Zeit die Bedeutung einer tieferen Subjektivität, die dem Begriff des Authentischen heute eingeschrieben ist, fremd. Das liegt nicht zuletzt an dem Zugriff, den der Historiker wählte: Die traditionelle historisch-kritische Methode versucht Tatsachen bzw. Tatbestände freizulegen, und dabei nutzt sie Quellen, Überreste, Überlieferungen, Materialien oder aber – etwas avancierter – „Spuren“. Wo „Tatsachen aus Quellen geschöpft“^[34] werden, bleibt für die Reflexion der subjektiven Authentizität des Berichteten – die den Akt des Bezeugens, der Innerlichkeit und der Betroffenheit signalisieren kann – kaum ein Spielraum.

Im heutigen Sprachgebrauch hat es sich jedoch durchgesetzt, von authentischen Dokumenten zu sprechen, womit einerseits ihr Echtheitscharakter benannt bzw. ihr Status als Original hervorgehoben wird. Dabei ist mit dem Sprechen über authentische Dokumente andererseits oft ein besonderer „Reiz des Echten“^[35] verknüpft. Das authentische Dokument hat insofern seinen angestammten Ort in der Praxis des Ausstellens. Das Museum ist der Ausstellungsort authentischer

Objekte *par excellence*, die durch ihre Präsentation eine Fetischisierung erfahren. Als zur Schau gestellter Fetisch beansprucht das originale Dokument oder Objekt nicht nur Echtheit, sondern „originäre Authentizität“ – und befördert so eine Lesart der reinen Ursprünglichkeit und ein ursprungsmythisches Denken. Dabei hält die Präsentation des Objekts einerseits das Angebot einer Erfahrungsmöglichkeit für die Betrachter/innen bereit – andererseits wird es aber durch den Ausstellungscharakter eingehegt: Archiviert und im Museum ausgestellt, kann sich der Betrachter darauf verlassen, dass es kulturell-geschichtlich bedeutsam ist, ihn aber nicht unbedingt affizieren muss.

Historische Darstellung und Authentizität

Dem Authentischen begegnen Historiker/innen verstärkt, wenn sie sich mit Fragen der Erinnerung und des Gedächtnisses beschäftigen. Das Authentische findet sich in den Aufzeichnungen der Oral History, in Memoiren, in Autobiografien und anderen sogenannten Ego-Dokumenten von „Zeitzeugen“ – einem Begriff, der erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts auftaucht – sowie an Gedächtnisorten, an denen sich Geschichte und Erinnerung materialisiert.^[36]

Im Rahmen historischer Darstellungen muss Authentizität als Resultat und Effekt medial vermittelter Darstellung verstanden werden. Bei der Feststellung und Behauptung von Authentizität geht es immer um ein Verhältnis von Darstellung und Darstellungsunabhängigkeit, die den Eindruck der Unmittelbarkeit erweckt. Insofern lässt sich in einer paradoxen Begriffsbestimmung von Authentizität sprechen, wenn sich „das Dargestellte durch die Darstellung als nicht Dargestelltes präsentiert“.^[37] Als „nicht Dargestelltes“ wird das Authentische wahrgenommen, weil es mit Unmittelbarkeit verbunden wird, während durch diesen Effekt der konstitutive mediale Vermittlungs- sowie Rezeptionsprozess in den Hintergrund tritt.

Nach Matías Martínez lassen sich im Rahmen historischer Repräsentationen vier Bedeutungsaspekte ästhetischer Authentizität voneinander unterscheiden, die sich auf die Produktion eines Kunstwerks, seine Referenz, seine Gestaltung und seine Wirkung beziehen und damit auf unterschiedliche Aspekte ästhetischer Kommunikation aufmerksam machen.^[38] Dabei schließt die ästhetische Begriffsverwendung erstens an die textphilologische und theologische Begrifflichkeit an. Demnach kann Kunstwerken hinsichtlich ihres Autors Authentizität zugesprochen werden, wenn ihr Urheber – der Autor oder die Autorin, die Künstlerin oder der Regisseur – als Person besonders qualifiziert erscheint. Somit kommt es zu einem „Legitimationszusammenhang zwischen Autorschaft, Autorität und Authentizität“. Zweitens können historische

Darstellungen hinsichtlich ihrer Referenz als authentisch bezeichnet werden, insofern sie konkrete historische Personen oder Ereignisse darstellen. Dabei bietet es sich an, zwischen fiktionalen und nichtfiktionalen bzw. dokumentarischen historischen Repräsentationen zu unterscheiden, wobei jedoch prinzipiell alle Formen Effekte des Authentischen auslösen können. Drittens kann die interne Gestaltung einer historischen Darstellung authentisch genannt werden, wobei es nicht entscheidend ist, ob das Dargestellte tatsächlich auf konkrete historische Ereignisse referiert. Entscheidender ist es nach Martínez, inwieweit es einer Darstellung gelingt, Wirklichkeitseffekte auszulösen. Authentizität ist dabei immer an künstlerische Formen und Konventionen gebunden und ein Ergebnis ästhetischer Inszenierung und artistischer Wirkungsstrategie.^[39] Viertens kann das Authentische pragmatisch hinsichtlich seiner Funktion und Kontexte in unterschiedlichen Praktiken analysiert werden: etwa als Kultwert (Reliquie) oder Ausstellungswert, oder im Rahmen des Gedenkens im Mahnmal.

Gerade im Zuge der seit den 1990er-Jahren geführten Debatten über die Darstellbarkeit des Holocaust und die Darstellung des Holocaust in Memoiren, in der Literatur und den Künsten ist die Frage nach dem Authentischen besonders hervorgehoben und immer wieder problematisiert worden. Im Gegensatz zu den authentizitätsskeptischen Diskursen der Postmoderne bestimmt gerade die Rezeption von Repräsentationen des Holocaust, aber auch anderen Genoziden und verbrecherischen Regimen des 20. Jahrhunderts Postulate wie Authentizität, Wahrhaftigkeit, moralische Integrität und Beglaubigung durch die Autorschaft, die Produktion, die Gestaltung, die Rezeption und die Bewertung von Kunst. Während die Authentizität der Erinnerung immer an das persönliche Erleben und Erfahren angebunden bleibt, ist es gleichermaßen anerkannt, dass die Authentizität von Erinnerungsberichten und historischen Repräsentationen immer in ästhetische Darstellungs- bzw. Stilmittel eingebunden ist.^[40]

So verweist etwa ein Sammelband zum Thema „Erlebnis, Gedächtnis, Sinn. Authentische und konstruierte Erinnerung“ gleich im ersten Satz des Vorwortes darauf hin: „Authentische Erinnerung gibt es nicht.“ Vielmehr gebe es „authentische Erinnerung nur als Verfremdung des tatsächlichen Ereignisses, als Schmerz, als einen durchlebten Bruch, als fortwirkende Störung eines Diskurses, der vermeint, der Vergangenheit habhaft zu werden.“^[41] Diese Rückkopplung des Authentischen an den Schmerz kann verallgemeinert werden, denn der Schmerz ist ein „sicherer Indikator“ für Authentizität, weil im Ausdruck des Schmerzes der Mensch als „maskenloses Wesen“ erscheint, was als Indiz für seine Echtheit gewertet wird.^[42] Dort, wo man mit einer schmerzhaften Geschichte, mit einer

Geschichte eines Leidens und eines Leidenden konfrontiert wird, stellt sich also ein Effekt des Authentischen ein. Derjenigen Stimme, die über ihre Leidenserfahrung spricht, wird dabei die authentische Erfahrung eines einschneidenden Erlebnisses zugesprochen – und in der zur Sprache gebrachten oder durch das Bild visualisierten und verkörperten Erfahrung erfährt die schmerzhafteste Erinnerung eine bewältigende Narrativierung. Insofern ist auch hier der Aufstieg des Authentischen eng verbunden mit dem psychoanalytischen Diskurs und an traumatische Erfahrungen gekoppelt. Etwas verallgemeinernd kann man darüber hinaus sogar behaupten, dass Bilder, die berühren, Effekte des Authentischen auslösen.^[43]

Authentizitätseffekte sind immer in bestimmte Realismuskonzepte eingebettet. Im Rahmen populärer fiktionaler Geschichtsdarstellungen bietet es sich an, von „Authentizitätsfiktionen“^[44] zu sprechen. Beispiele wären hier etwa die Filme „Der Untergang“ (2004) oder „Der Baader-Meinhof-Komplex“ (2008) aus der Produktion Bernd Eichingers, die die Rhetorik des „es ist so gewesen“ auf die Spitze treiben und über ihre Darstellung versuchen, ihr Gemachtsein zu verschleiern. Filme dieser Art inszenieren sich selbst als Quellen, sie beanspruchen selbst Originalitätscharakter, und in der Betonung ihrer Unmittelbarkeit verschleiern sie, dass sie immer eine Interpretation der Vergangenheit vornehmen.^[45]

Zunehmend kommt es dabei zu einer Verschiebung des Authentizitätsbegriffes, die vor dem Hintergrund authentischer Erfahrungen „zweiter Ordnung“ interpretiert werden muss, die in populären Reenactments gemacht werden können: Im Rahmen des „authentischen“ Nachstellens und Nacherlebens von Geschehnissen der Vergangenheit sprechen die Protagonist/innen dieses Historientheaters von authentischen Erfahrungen.^[46] Solche Reenactments können als eine modernisierte, sowohl mit ernsthaftem Pathos vorgetragene als auch spielerische Momente aufgreifende Form der Identitätsvergewisserung gelten, wie sie früher etwa durch Traditionsvereine und Trachtengruppen in der Bewahrung von überlieferten Traditionen betrieben wurden.^[47] Parallel zu den authentischen Erfahrungen der Teilnehmer/innen von Reenactments werden heute sogar Schauspieler/innen darüber befragt, wie sie sich fühlten, als sie die Rolle einer historischen Figur spielten. Dadurch wird im Rahmen des Authentischen die schauspielerische Repräsentation mit dem Repräsentierten identifiziert und verwechselt.

Ausblick

Die Autorin Juli Zeh hat im Anschluss an authentizitätsskeptische Stimmen den „Wirklichkeitswahn der Unterhaltungsindustrie“ beklagt, der „an allen Ecken [...] dem Publikum die Lockstoffe der ‚Echtheit‘ unter die Nase“ reibe, „auf dass es sich an der Illusion von empathischem Miterleben und direktem Dabeisein berauschen möge“.^[48]

Von Kritiken dieser Art sollte man sich jedoch nicht abschrecken lassen, denn aus einer zeithistorischen Perspektive, die die Konjunkturen der Authentizitätsempphase ebenso wie ihre pointierte Kritik historisiert, ergeben sich ertragreiche Forschungsfelder. Hinsichtlich der Erinnerungs- und Geschichtskultur liegen mögliche Fragestellungen etwa in der Rezeption und Wirkung von musealen Objekten, in der Inszenierung von Authentizität in populären Geschichtsrepräsentationen sowie in der Frage, ob in der Konjunktur von Reenactments ein neues Geschichtsbedürfnis abzulesen ist.

Darüber hinaus eröffnen gerade kultur-, alltags-, mentalitäts- und mediengeschichtliche Zugriffe ertragreiche Forschungsfragen. Die zeitgeschichtliche Analyse von Diskursen, Kulturen und Praktiken des Authentischen – etwa in den von Sven Reichardt angestoßenen Studien zur Authentizitätskultur des linksalternativen Milieus – oder aber die Authentizitätskonstruktionen im Bereich der politischen und ökonomischen Kommunikation sowie in den Authentizitätspostulaten der Mediengesellschaft eröffnen Perspektiven, die Auskunft über das Selbstverständnis des modernen Subjekts geben können. Und indem das Authentische immer an Vorstellungen von Selbstbestimmung und Praktiken der Selbstverwirklichung gebunden ist, ginge es dabei immer auch um die Verortung des Selbst im Gesellschaftlichen sowie um Fragen der Vergemeinschaftung und Selbstabgrenzung. Die Erforschung von Authentizitätsdiskursen und -praktiken kann somit insgesamt einen Beitrag zur Geschichte von grundsätzlichen Werten wie Freiheit und Privatheit und damit zur Kultur des Politischen leisten.

Empfohlene Literatur zum Thema

Lindholm, Charles, *Culture and authenticity*, Malden, MA and Oxford 2008: Blackwell

Macdonald, Sharon, *Memorylands: Heritage and identity in Europe today*, London 2013: Routledge

Reichardt, Sven, *Authentizität und Gemeinschaft: linksalternatives Leben in den siebziger und frühen achtziger Jahren*, Berlin 2014: Suhrkamp

Taylor, Charles, *Quellen des Selbst: Die Entstehung der neuzeitlichen Identität*, Frankfurt am Main 1996: Suhrkamp

Zitation

Achim Saupe, Authentizität, Version: 1.0, in: Docupedia-Zeitgeschichte, 11.2.2010, URL:
http://docupedia.de/zg/Authentizit.C3.A4t_Version_1.0_Achim_Saupe?oldid=129366
 Versionen: 3.0 3.0 2.0 1.0

Nutzungsbedingungen für diesen Artikel

Copyright (c) 2018 Clio-online e.V. und Autor, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk entstand im Rahmen des Clio-online Projekts „Docupedia-Zeitgeschichte“ und darf vervielfältigt und veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der Rechteinhaber vorliegt. Bitte kontaktieren Sie: [<redaktion@docupedia.de>](mailto:redaktion@docupedia.de)

Anmerkungen

1. ↑ Einleitend zur Begriffsgeschichte: Kurt Röttgers/Reinhard Fabian, Authentisch, in: Historisches Wörterbuch der Philosophie, hrsg. v. Joachim Ritter, Bd. 1, Basel 1971, S. 691 f.; Susanne Knaller/Harro Müller, Authentisch/Authentizität, in: Ästhetische Grundbegriffe. Historisches Wörterbuch in sieben Bänden. Bd. 7, Supplementteil, hrsg. v. Karlheinz Barck u.a., Stuttgart 2005, S. 40-65.
2. ↑ Helmut Lethen, Versionen des Authentischen: sechs Gemeinplätze, in: Hartmut Böhme/Klaus R. Scherpe (Hrsg.), Literatur und Kulturwissenschaften. Positionen, Theorien, Modelle, Reinbek 1996, S. 205-231, S. 209.
3. ↑ Beate Rössler, Der Wert des Privaten, Frankfurt a. M. 2001, S. 109-116.
4. ↑ Dieter Sturma, Jean-Jacques Rousseau, München 2001, S. 183.
5. ↑ Sturma, Jean-Jacques Rousseau, 183 f.
6. ↑ Charles Taylor, Quellen des Selbst. Die Entstehung der neuzeitlichen Identität, Frankfurt a. M. 1996, S. 693; ders., Das Unbehagen an der Moderne, Frankfurt a. M. 1995, S. 38.
7. ↑ Johann Gottfried Herder, Ideen zur Philosophie der Geschichte der Menschheit, in: ders., Sämtliche Werke, Bd. 13, hrsg. von Bernhard Suphan, Berlin 1887, S. 291.
8. ↑ Vgl. Taylor, Quellen des Selbst, S. 653.
9. ↑ Theodor W. Adorno, Noten zur Literatur 2, Frankfurt a. M. 1961, S. 128.
10. ↑ Vgl. Sven Reichardt, Authentizität und Gemeinschaftsbildung. Politik und Lebensstil im linksalternativen Milieu vom Ende der 1960er bis zum Anfang der 1980er Jahre, in: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen 21 (2008), Heft 3, S. 118-130; ders., Inszenierung und Authentizität. Zirkulation visueller Vorstellungen über den Typus des linksalternativen Körpers, in: Habbo Knoch (Hrsg.), Bürgersinn mit Weltgefühl, Göttingen 2007, S. 225-250 .
11. ↑ Reichardt, Authentizität und Gemeinschaftsbildung, S. 121.
12. ↑ Reichardt, Authentizität und Gemeinschaftsbildung, S. 125 f.

13. ↑ Lionel Trilling, *Das Ende der Aufrichtigkeit*, Frankfurt a. M. 1983, S. 91.
14. ↑ Christopher Lasch, *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, New York 1979; Richard Sennett, *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität*, Frankfurt a. M. 1986.
15. ↑ Sennett, *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens*, S. 24 ff.
16. ↑ Sennett, *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens*, S. 425 f. Vgl. hierzu auch Michel Foucaults ambivalente Position bezüglich des Authentischen: Einerseits kann mit Foucault das Authentizitätspostulat als eine Technik des Selbst, als Selbstkontrolle sowie als Machtstrategie beschrieben werden, andererseits beförderte er im Rahmen seiner Studien zur Selbstsorge wohl auch den Authentizitätsdiskurs. Vgl. insb. Michel Foucault, *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit I*, Frankfurt a. M. 1983; ders., *Die Sorge um sich. Sexualität und Wahrheit III*, Frankfurt a. M. 1989.
17. ↑ Sturma, Jean-Jacques Rousseau, S. 184.
18. ↑ Taylor, *Das Unbehagen an der Moderne*, S. 38 f. (Hervorh. im Orig.). Im Anschluss an Alessandro Ferrara hält Beate Rössler fest, dass Authentizität eine Eigenschaft ist, „die einem Subjekt mehr oder weniger zugesprochen werden kann, je nachdem, ob es ihm gelingt, sein ‚wahres Selbst‘, seine tiefsten Bedürfnisse zum Ausdruck zu bringen, sich selbst zu verwirklichen, zu entfalten“, vgl. Rössler, *Der Wert des Privaten*, S. 111; Alessandro Ferrara, *Modernity and Authenticity*, Albany 1993; ders., *Reflective Authenticity. Rethinking the Project of Modernity*, London 1998.
19. ↑ Vgl. Taylor, *Das Unbehagen an der Moderne*, S. 77-81.
20. ↑ Richard Sennett, *Der flexible Mensch*, Frankfurt a. M. 1998.
21. ↑ Pierre Bourdieu, *Die biographische Illusion*, in: ders., *Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns*, Frankfurt a. M. 1998, S. 75-82.
22. ↑ Jürgen Habermas, *Glauben und Wissen. Friedenspreis des Deutschen Buchhandels 2001*, Frankfurt a. M. 2001, S. 12.
23. ↑ Susanne Knaller/Harro Müller, *Einleitung. Authentizität und kein Ende*, in: dies. (Hrsg.), *Authentizität. Diskussion eines ästhetischen Begriffs*, München 2006, S. 7-16; hier S. 10 f.
24. ↑ Claude Lévi-Strauss, *Strukturelle Anthropologie*, 2 Bde., Frankfurt a. M. 1975, hier Bd. 1, S. 391-394. Zum Authentizitätsdiskurs in der Volkskunde vgl. Regina Bendix, *In Search of Authenticity: The Formation of Folklore Studies*, Madison 1997.
25. ↑ Knaller/Müller, *Einleitung. Authentizität und kein Ende*, S. 8.
26. ↑ Dean MacCannel, *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*, London 1976; ders., *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*, in: *American Journal of Sociology* 79 (1973), S. 589-603.
27. ↑ Walter Benjamin, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, in: ders., *Gesammelte Schriften*, Bd. 1, Frankfurt a. M. 1974, S. 471-507, hier S. 481.
28. ↑ Rössler, *Wert des Privaten*, S. 320.

29. ↑ Christoph Burmann/Mike Schallehn, Die Bedeutung der Marken-Authentizität für die Marken-Positionierung, Bremen 2008, <http://www.brandauthenticity.org/brand-authenticity-authentische-marke.htm> (01.01.2010). Vgl. auch Herbert Willems, Glaubwürdigkeit und Überzeugung als dramaturgische Probleme und Aufgaben der Werbung, in: Erika Fischer-Lichte/Isabel Pflug (Hrsg.): Inszenierung von Authentizität, Tübingen 2000, S. 209-232.
30. ↑ Jean-Jacques Rousseau, Du contract social, ou principes du droit politique, Amsterdam 1762, S. 42. Vgl. auch Thomas Noetzel, Authentizität als politisches Problem. Ein Beitrag zur Theoriegeschichte der Legitimation politischer Ordnung, Berlin 1999.
31. ↑ Klaus Schubert/Martina Klein, Das Politiklexikon, Bonn ⁴2006, S. 31.
32. ↑ Daniela Wentz, Authentizität als Darstellungsproblem in der Politik. Eine Untersuchung der Legitimation politischer Inszenierung, Stuttgart 2005; Thomas Meyer/Rüdiger Ontrup/Christian Schicha, Die Inszenierung des politischen Welt-Bildes. Politikinszenierungen zwischen medialem und politischem Eigenwert, in: Fischer-Lichte/Pflug (Hrsg.), Inszenierung von Authentizität, S. 183-208; Christine Kugler/Ronald Kurt, Inszenierungsformen und Glaubwürdigkeit im Medium Fernsehen, in: Fischer-Lichte/Pflug (Hrsg.), Inszenierung von Authentizität, S. 149-162.
33. ↑ Vgl. etwa das Stichwort „Authenticus“ in: Johann Heinrich Zedler, Grosses vollständiges Universal-Lexicon aller Künste und Wissenschaften, Leipzig 1732-1754; hier Bd. 2, S. 1167.
34. ↑ Wilhelm Wachsmuth, Entwurf einer Theorie der Geschichte, Halle 1820, S. 82.
35. ↑ Vgl. Martin Andree, Archäologie der Medienwirkung. Faszinationstypen von der Antike bis heute (Simulation, Spannung, Fiktionalität, Authentizität, Unmittelbarkeit, Geheimnis, Ursprung), München 2005, S. 422-515.
36. ↑ Zur Authentizität von Gedächtnisorten siehe Detlef Hoffmann, Authentische Erinnerungsorte. Oder: Von der Sehnsucht nach Echtheit und Erlebnis, in: Hans-Rudolf Meier/Marion Wohleben (Hrsg.), Bauten und Orte als Träger von Erinnerung: Die Erinnerungsdebatte und die Denkmalpflege, Zürich 2000, S. 31-46.
37. ↑ Christian Strub, Trockene Rede über mögliche Ordnungen der Authentizität, in: Jan Berg/Hans-Otto Hügel/Hajo Kurzenberger (Hrsg.), Authentizität als Darstellung, Hildesheim 1997, S. 7-17, S. 9.
38. ↑ Vgl. Matías Martínez, Zur Einführung: Authentizität und Medialität in künstlerischen Darstellungen des Holocaust, in: ders. (Hrsg.), Der Holocaust und die Künste. Medialität und Authentizität von Holocaust-Darstellungen in Literatur, Film, Video, Malerei, Denkmälern und Musik, Bielefeld 2004, S. 12-17.
39. ↑ Im Sinne dieser zweiten und dritten Bedeutung von Authentizität unterscheidet Rainer Wirtz zwischen „innerer“ und „äußerer“ Authentizität. Dabei versteht er die innere Authentizität als die Frage nach der Stimmigkeit eines historischen Films, während die äußere Authentizität alle Anstrengungen unternimmt, dass ein Film faktengerecht produziert wird. Um eine vergangene Realität bzw. eine „Illusion von Authentizität“ zu inszenieren, bedarf es also des authentischen

Orts, authentischer Requisiten sowie einer soziokulturellen Authentizität (Sprechweisen, Gesten, Tischsitten, Umgangsstile etc.), und es muss generell die Einbettung in den historischen Kontext stimmig sein. Dabei handelt es sich um Beglaubigungsstrategien, die letztlich noch nichts über den Gehalt solcher historischen Repräsentationen aussagen. Rainer Wirtz, Das Authentische und das Historische, in: Thomas Fischer/ders. (Hrsg.), Alles authentisch? Popularisierung der Geschichte im Fernsehen, Konstanz 2008, S. 187-203; hier S. 190.

40. ↑ Vgl. James E. Young, Beschreiben des Holocaust, Frankfurt a. M. 1997.
41. ↑ Hanno Loewy/Berhard Moltmann, Vorwort, in: dies. (Hrsg.), Erlebnis – Gedächtnis – Sinn: Authentische und konstruierte Erinnerung, Frankfurt a. M. 1996, S. 7-11, hier S. 7.
42. ↑ Lethen, Versionen des Authentischen, S. 221.
43. ↑ Zu denken ist dabei auch an Roland Barthes' Lektüre der Fotografie, der festhält, dass es durch die Differenz von *punctum* und *studium*, von bestechendem Detail und erweitertem Kontext, zu einem „Reality-Effekt“ kommen kann: Roland Barthes, Die helle Kammer, Frankfurt 1989; Barthes, Roland, L'Effet de réel, in: ders., Le Bruissement de la langue. Essais critiques IV, Paris 1968, S. 167-174.
44. ↑ Manfred Hattendorf, Dokumentarfilm und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung, Konstanz ²1999, S. 66.
45. ↑ Vgl. Michael Wildt, „Der Untergang“: Ein Film inszeniert sich als Quelle, in: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History 2 (2005), H. 2; S. 131-142, Online-Ausgabe http://www.zeithistorische-forschungen.de/portal/alias__zeithistorische-forschungen/lang__de/tabID__4020831.
46. ↑ Vgl. Vanessa Agnew, History's Affective Turn: Historical Reenactment and its Work in the Present, in: Rethinking History. The Journal of Theory and Practice 11 (2007), H. 3, S. 299-312; dies., Introduction: What Is Reenactment?, in: Criticism 46 (2004), H. 3, S. 327-339.
47. ↑ Bei allen Vorbehalten gegenüber populären Reenactments gibt es sehr interessante Varianten; etwa die Arbeit „The English Civil War Part II: The Battle of Orgreave re-enactment“ des britischen Künstlers Jeremy Deller, in der dieser 2001 die Bergarbeiterstreiks in Großbritannien aus dem Jahr 1984 mit Laiendarstellern und ehemaligen Protagonisten der Proteste nachstellte: Jeremy Deller, The English Civil War Part II. With CD-ROM and Personal Accounts of the 1984-85 Miners' Strike, London 2009.
48. ↑ Juli Zeh, Zur Hölle mit der Authentizität!, in: Zeit, 21.09.2006, <http://www.zeit.de/2006/39/L-Literatur> (01.01.2010).