

Einleitung zum Themenheft

*Authentizität zwischen Wahrhaftigkeit und Inszenierung?**

Ekkehard Felder (Heidelberg), Andreas Gardt (Kassel)

1 Einleitung

Die Leitfrage dieses Themenheftes *Authentizität zwischen Wahrhaftigkeit und Inszenierung?* schließt unmittelbar an die erkenntnistheoretisch brisante Alternative *Wirklichkeit oder Konstruktion?* an, die Thema eines gleichnamigen Sammelbandes von 2018 ist (Felder/Gardt 2018). Ging es in dem Band *Wirklichkeit oder Konstruktion* um interdisziplinäre Aspekte im Hinblick auf die Frage, ob wir tatsächlich einen Zugang zur Wirklichkeit haben oder ob wir lediglich in unseren eigenen Konstruktionen der Wirklichkeit befangen sind, so geht es in dem hier vorliegenden Heft um eine dezidiert sprachwissenschaftliche Betrachtungsweise (genauer – eine diskurs- und gesprächsanalytische, begriffs- und beziehungsgeschichtliche sowie sozialgeschichtliche Herangehensweise), die auch sozialsymbolische und sozialesemiotische Gesichtspunkte einschließt. Im Mittelpunkt steht das Phänomen der Authentizität, das komplementär ergänzend zur welt-bezogenen Wirklichkeitsproblematik die sprecher-zentrierte Wahrhaftigkeitsperspektive aufmacht.

Im Jahr 2007 rief der kanadische Philosoph und Sozialtheoretiker Charles Taylor das „Zeitalter der Authentizität“ aus („Let’s call this the age of authenticity“; Taylor 2007: 437). Im November 2010 hat der Journalist der *Süddeutschen Zeitung* Tobias Haberl im SZ-Magazin (Heft 44/2010) einen Kontrapunkt gesetzt und vorgeschlagen, „authentisch“ als Unwort des Jahres 2010 zu brandmarken. Er geißelte damit den „Echtheitsterror in den Medien“, der Authentizität (gerade bei Politikern) einfordere, deren bewusste und kalkulierte Inszenierung aber ein Musterbeispiel für Künstlichkeit, Uneigentlichkeit und Manipulation darstelle. Das Magazin *Focus* (Nr. 46 vom 15.11.2010) antwortete darauf in der folgenden Woche auf der Titelseite mit dem Aufmacher „Mut zum Ich!“ und versuchte zu belegen, „wie Authentizität erfolgreich macht“. Bemerkenswert ist also, dass sowohl das Phänomen als auch der Begriff umstritten und kaum zu fassen sind (so Ulrich Schnabel in *Die Zeit* vom 14. August 2014). Diese eigentümliche Mischung aus Deontik und Begriffs- bzw. Phänomenunschärfe – man soll also etwas gerecht werden, von dem keiner genau sagen kann, was es eigentlich ist – macht die gesellschaftliche Relevanz und die phänomenologische Brisanz evident (cf. die umfassende Studie von Schwidlinski 2020).

Manche sehen also in Authentizität das ethische Ideal der späten Moderne, andere hingegen nur ein modisches Hochwertwort wie etwa „Nachhaltigkeit“. Die häufige Verwendung des Begriffs

* Als Herausgeber danken wir herzlich den Heftbeiträgerinnen Pamela Steen, Anja Lobenstein-Reichmann und Heidrun Kämper und dem Beiträger Friedemann Vogel, aber auch allen Referentinnen und Referenten der Jahrestagung 2016 des Forschungsnetzwerks „Sprache und Wissen“.

in vielfältigen Ausdruckskombinationen trägt zusätzlich dazu bei, dass entsprechende Wortkombinationen inhaltlich immer mehr Randunschärfe aufweisen. Als Hochwertwörter werden in der Linguistik Wörter und Mehrwortverbindungen bezeichnet, die anscheinend ein hohes Prestige genießen, weil sie positive Konnotationen hervorrufen. Hochwertwörter umrahmen einen versprochenen Sachverhalt positiv, das zeigen vielfältige Belege in einer Korpusstudie (Felder 2020) aus insgesamt 176.800 Presstexten im Zeitraum von 1991 bis 2016 (also über 25 Jahre). Die Verwendungsweisen von *authentisch* und *Authentizität* demonstrieren, dass dem damit etikettierten Sachverhalt eine hohe Anziehungskraft zuerkannt wird. Nicht zuletzt deswegen sprechen manche beim Verweis auf Authentizität von einem Fetisch, einer Leerformel oder einem Sehnsuchtsphänomen. Damit sind auch Fragen der Eigentlichkeit angesprochen, einer „Universalie der Sprachreflexion“ (Gardt 2018).

Eine Gutachterin hat die Beiträge in einer Weise charakterisiert, wie sie treffender nicht sein könnte. Ihre Ausführungen sollen daher im Original wiedergegeben werden. Die im vorliegenden Heft vertretenen Ansätze beinhalten:

1. „ein **diskurs- und gesprächslinguistisches Vorgehen** (Pamela Steen): „Zum Zusammenhang von Authentizität und Charisma im Kontext von Selbstzuschreibung, Aushandlung und Angemessenheit – eine exemplarische diskurs- und gesprächslinguistische Analyse“;
2. einen **sozialsymbolisch, sozialsemiotisch** orientierten Ansatz (Friedemann Vogel): „Authentifizierung – Grundlagen einer Theorie zu sozialsymbolischen Praktiken der Identifizierung und Zugangskontrolle“;
3. die Auseinandersetzung mit Authentizität unter **sprach-, begriffs- und beziehungs-geschichtlichem Aspekt** (Anja Lobenstein-Reichmann): „Authentizität - sprach-, begriffs- und beziehungs-geschichtliche Aspekte“ sowie
4. die Betrachtung der Kategorie aus **sprach- und sozialgeschichtlicher Perspektive** (Heidrun Kämper): „Authentizität [als] diskursives Wertkonzept und wissenschaftliche Kategorie“

Pamela Steen befasst sich in ihrem Beitrag mit dem Konzept von „Authentizität“ aus pragmatischer Perspektive und erweitert den Blickwinkel, indem sie den komplementären Begriff „Charisma“ einbezieht und nach dem Zusammenhang der beiden Konzepte (Kontrast oder gegenseitige Bedingtheit) fragt, wobei sie Verfahren der Diskurs- und Gesprächsanalyse anwendet. Charisma wird als positive Performanzfigur, Authentizität als negative Differenzfigur erfasst – Figuren, die sich gegenseitig ergänzen. Damit erzielt sie eine Differenzierung der Konzepte: Die beiden Hochwertwörter leisten nicht nur die erwartbaren positiven Zuschreibungen, sondern sie erhalten in „Abhängigkeit von konstruierten sozialen Figurationen, politischen Systemen, Diskursereignissen und allgemeinen Epochenkonstruktionen jeweils ihre interpretative, relationale, intersubjektive und normative Facette“ (siehe Seite 24).

Friedemann Vogel geht in seinem Aufsatz zunächst auf Aspekte gemeinsprachlicher Verwendung der Begriffe „Authentizität“ und *authentisch* ein, verlagert dann aber für seine Untersuchung den Blickwinkel vom statischen Begriff der „Authentizität“ auf den von ihm definierten prozessualen Begriff der „Authentifizierung“, der die hochgradig dynamischen Sozialprozesse, um die es ihm geht (verbal ausgehandelte Zugangskontrollen), besser fassbar macht. Es folgt ein Grundmodell zur Beschreibung von sozialsymbolischen Authentifizierungsakten, ergänzt

durch weitere Beschreibungsdimensionen, und schließlich werden strukturelle Grundtypen von Authentifizierungspraktiken vorgestellt.

Anja Lobenstein-Reichmann untersucht in ihrem Beitrag die Kategorie „Authentizität“ als Phänomen der Wortgeschichte, der Begriffsgeschichte und der Beziehungsgeschichte und zieht für ihre Auseinandersetzung mit verschiedenen Gebrauchsweisen des Wortes Ergebnisse der Analyse ausgewählter Texte heran (*Meister Eckart*, Büchner: *Dantons Tod*, Luther über den Tod seiner Tochter) – mit Differenzierung des Begriffes als „Objektauthentizität“, (Rechtsgültigkeit im historischen Rechtsdiskurs, religiösen Diskurs) und „Subjektauthentizität“ („authentisches Kernselbst“, psychologischer Diskurs). Ihr Fazit lautet: „Jede Generation konstruiert wohl ihr eigenes Authentizitätsparadigma, an dem sie sich misst.“

Heidrun Kämper richtet ihren Blick zum einen auf die in öffentlichen Diskursen erörterte und in Alltagskontexten verwendete, auf Echtheit und Wahrhaftigkeit bezogene Wertekategorie und zum anderen auf „Authentizität“ als zentralen Begriff der Kulturwissenschaften, d. h. auf Authentizität als soziales Konstrukt. Es geht ihr im Kontext sprachgeschichtlicher Forschung mit Bezug auf ein laufendes Projekt zur NS-Alltagssprache darum zu klären, was ein authentisches Sprachdatum sei. „Sprache [wird] als Gegenstand von Authentifizierungsakten“ betrachtet. Als Ergebnis stellt Kämper Authentizitätsgrade von sprachlichen Belegen fest: zeitlich und personell identisch, zeitlich identisch – personell nicht identisch, zeitlich nicht identisch – personell identisch.“

Literaturverzeichnis

- Felder, Ekkehard/Gardt, Andreas (eds.) (2018): *Wirklichkeit oder Konstruktion? Sprachtheoretische und interdisziplinäre Aspekte einer brisanten Alternative*. Berlin/Boston: de Gruyter. doi.org/10.1515/9783110563436.
- Felder, Ekkehard (2020): „Authentizität aus sprachwissenschaftlicher Sicht“. In: Bopp, Dominika/Ptashnyk, Stefaniya/Roth, Kerstin/Theobald, Tina (eds.): *Wörter – Zeichen der Veränderung. Festschrift für Jörg Riecke*. Berlin/Boston, de Gruyter: 379–398 (= *Reihe:Studia Linguistica Germanica* 137).
- FOCUS Magazin | Nr. 46 (2010): „Mut zum Ich! Wie Authentizität erfolgreich macht“. focus.de/magazin/archiv/jahrgang_2010/ausgabe_46/ [02.11.2020].
- Gardt, Andreas (2018): „Eigentlichkeit. Eine Universalie der Sprachreflexion“. In: Wengeler, Martin/Ziem, Alexander (eds.): *Diskurs, Wissen, Sprache*. Berlin/Boston, de Gruyter: 89–113 (= *Sprache und Wissen* 29).
- Haberl, Tobias (2010): „Authentisch“. *SZ-Magazin*. Heft 44/2010. sz-magazin.sueddeutsche.de/gesellschaft-leben/authentisch-77692 [02.11.2020].
- Schnabel, Ulrich (2014): „Authentizität: Mein wahres Gesicht“. *Die Zeit*. Nr. 34, 28.08.2014. zeit.de/2014/34/authentizitaet-persoenlichkeit-wahres-gesicht [02.11.2020].
- Schwidlinski, Pierre (2020): *Erlebte Authentizität. Diskursive Herstellung von Authentizität zwischen Performanz und Zuschreibung*. Berlin/Boston: de Gruyter (= *Sprache und Wissen* 41).
- Taylor, Charles (2007): *A Secular Age*. Cambridge, MA/London: Belknap Press.