

**INSZENIERTE AUTHENTIZITÄT VERSUS
AUTHENTISCHE INSZENIERUNG:
EIN ORDNUNGSVERSUCH ZUM KONZEPT
AUTHENTIZITÄT IN MEDIENKULTUR UND POPMUSIK**

Christoph Jacke

1. Einleitung: »Il n'ya pas d'orchestre!«¹



Abb. 1 und 2: Stills »Club Silencio«, Magier, *Mulholland Drive* (2001).

1 Alle folgenden, mottohaften Zitate werden in der »Club Silencio«-Szene des Films *Mulholland Drive* (2001) vom auftretenden Magier gesprochen.

Die junge, aufstrebende Schauspielerin Betty kommt nach L.A., um an ihrer Karriere zu arbeiten. Sie stößt in dem Appartement ihrer Tante auf eine geheimnisvolle Frau, die bei einem Autounfall ihr Gedächtnis verloren hat und verliebt sich in sie. Betty nennt die offensichtlich verwirrte Frau »Rita«, nachdem sie auf einem Filmplakat die Hollywood-Schauspielerin Rita Hayworth gesehen hat. Als Rita aus nächtlichen Alpträumen erwacht, begeben sich die beiden Frauen mit dem Taxi in den »Club Silencio«, um einem Konzert, dem Auftritt der Sängerin Rebecca Del Rio, beizuwohnen. Betty und Rita lauschen zuvor dem Theatermagier des »Club Silencio«, der die Band und die einzelnen Instrumente auf der Bühne hervorzaubert und sie auch wieder verschwinden lässt, während die Musik weiter erklingt: »There is no band!« (vgl. Abb. 1 und 2). Zu diesem Ausschnitt aus David Lynchs Film *Mulholland Drive – Straße der Finsternis* von 2001 finden sich Homepages voller Threads und Kommentare zu den Bedeutungen etwa der einzelnen Figuren, zu den die verschiedenen Realitätsebenen repräsentierenden Farben Blau und Rot in dem Film, dazu, wer alles in diesem Theater evtl. als Cameo aufgetreten ist und dass das Theater selbst wiederum die kleine blaue Box ist, die Betty in dem Film immer wieder aufgreift, um sie zu enträtseln. Überlassen wir durchaus komplexe, verschachtelte und voraussetzungsvolle Spekulationen aber weiterhin den Lynch- oder *Mulholland Drive*-Fans.² Für eine wissenschaftliche Analyse interessanter an der »Club Silencio«-Sequenz ist, dass Lynch hier mit dem Verhältnis zwischen Musik, Star, Bühne, Auftritt, Raum, Sound, Publikum und Kontext spielt. Die Figur des Zauberers selbst kann auch als jemand gelesen werden, der den Besuchern des »Club Silencio« schlichtweg die Illusionsindustrie musikalischer Performances innerhalb der Illusionsindustrie des »Club Silencio« innerhalb der Illusionsindustrie des Films »Mulholland Drive« erläutert; immer wieder kommentiert Lynch in seinen Filmen die Hollywoodindustrie; freilich mit der ihm eigenen Erkenntnis und Rätselhaftigkeit: »No hay banda!«

Nicht nur diese Szene aus *Mulholland Drive* zeigt in ihrem Spiel mit Inszenierung, Illusion, Theater, Wirklichkeit und Echtheit: Die Diskussionen um den mittlerweile beinahe selbst schon mythisch gewordenen Begriff Authentizität laufen gesellschaftsweit auf Hochtouren – sicherlich immer auch als vielfältige Reaktion auf die Folgen postmoderner, mediengesellschaftlicher Ausdifferenzierung und Reflexivierung. Und sie laufen auch immer wieder ganz gemäß David Lynch ins Leere. Insbesondere in Reflexionen zu populärer Musik und Medien scheinen die Ansätze und Überlegungen zwischen Feuilletons, Popmusikjournalisten und Wissenschaften schier uner-

2 Vgl. dazu etwa die Homepage <http://www.mulholland-drive.net/studies/silencio.htm> (Stand vom 17.2.2012).

schöpflisch und teilweise schwer vereinbar. Man kann diesen Diskurs über den Begriff der Authentizität m. E. parallel zu den Diskursen über einzelne Genres, Bands oder öffentliche Figuren im Sinne von Stars (und auch deren Labels, Agenturen und Auftrittsorte) und deren Authentizität lesen als eine Konstante der Medienkultur- und hier vor allem der Popmusikevolution: Immer wieder wird mit Authentizität so etwas wie Echtheit, Reales, Ursprünglichkeit, Spontaneität, Unmittelbarkeit, Natürlichkeit usw. verbunden. Diese Charakteristika und Konzepte der Authentizität werden dann ebenso beständig oftmals der (medialen) Inszenierung als äußerst selbstbewusster, geplanter Handlung und Scheinwelt gegenübergestellt. In solchen Formulierungen strahlt die Unterscheidung von Lebenswirklichkeit und Medienwirklichkeit durch.

Viel interessanter und vor allem erkenntnisreicher als die immer wieder unternommenen Versuche, den Begriff Authentizität allgemein und spezifisch für Popkultur und -musik zu definieren, erscheint wissenschaftlich eine genauere Beobachtung der Diskutanten sowie ihrer Argumentationen und Kontexte. Der Medientheoretiker und Trendforscher Norbert Bolz spricht in seinen Überlegungen zum Zeitalter der Fälschung sogar von einer zu beobachtenden eigenen »Rhetorik der Authentizität«:

»Das Authentische ist die blaue Blume der Romantik, die das normalisiert hat, was man heute im Jargon der Neokybernetik ›Beobachtung zweiter Ordnung‹ nennt. Die Krise der Echtheit und der Kult des Authentischen sind also Komplementärphänomene« (Bolz 2006: 416).

Mit meinen Ausführungen soll explizit auf die Forderung der Kulturphilosophen Josef Früchtl und Jörg Zimmermann nach einer sorgfältigeren Beobachtung des Begriffs und Konzepts der Inszenierung sowie deren Verwendungen eingegangen und diese auf Popmusik und Authentizität übertragen werden:

»Wohin man sich am Ende auch dreht und wendet – die Reflexion über ›Inszenierung‹ sollte hinter der prätendierten Einheit des Begriffs die Unterschiede und hinter seiner Hypostase die Genese hervortreten lassen. In Zeiten seines ubiquitären Gebrauchs ist das Bemühen um Differenzierung vordringlich. So sehr dieser Gebrauch als Index für eine sich vollziehende kulturelle Veränderung einzuschätzen und zu schätzen ist, so sehr hütet andererseits die Differenzierung davor, einen neuen Mythos zu etablieren und damit auch auf einen begrifflichen Popanz hereinzufallen« (Früchtl/Zimmermann 2001: 46).

Der Beitrag soll neben einem Problemaufriss einen Überblick über die Diskurse zu Populärer Musik und Authentizität geben, der zum einen systema-

tisiert und somit als Grundlage weiterer fallspezifischer Untersuchungen dienen kann und der zum anderen auf die Wandelbarkeit der kulturellen Kategorie Authentizität eingeht, um die Schwierigkeiten in deren wissenschaftlicher Verwendung zu verdeutlichen.

2. Pop-Authentizität (»This is all a tape-recording!«) und Authentizitäts-Pop (»No hay banda!«)

Die Therapeutin Doerte Foertsch berichtet 2010 in *Kontext*, der Fachzeitschrift für systemische Therapie, aus ihrer Berufspraxis, was auf massenmedialer Ebene durch einen Titel des Magazins *Focus* aus demselben Jahr illustriert wird (vgl. Abb. 1): »Authentisch wird immer mehr selbstverständlicher Bestandteil unserer ›Psychosprache‹« (Foertsch 2010: 230). Zudem wird Authentizität immer wieder medial in Verbindung gebracht mit prominenten Gesichtern, wie hier im Beispiel des *Focus*-Titels. Ob aus der Politik (Joachim Gauck, Renate Künast, Karl-Theodor zu Guttenberg), dem Sport (Thomas Müller) oder dem Showbusiness mit den Bereichen Popmusik/Fernsehen/Casting (Lena Meyer-Landrut), Kochen/Fernsehen (Tim Mälzer) oder Doku Soap/Trash/Fernsehen (Daniela Katzenberger), diese hier prominent platzierten Prominenten-Gesichter stehen für den *Focus* offensichtlich für glaubwürdige Personen und einen aktuellen gesellschaftlichen Trend.



Abb. 3: *Focus*, Titel 46/2010.

Der Philosoph Christian Strub verweist auf mindestens drei Quellen des Begriffs Authentizität: Philologie (der authentische Text), Theater (der au-

thentische Ausdruck), Moral/Ethik (die authentische Existenz) und plädiert für eine integrative Perspektive (vgl. Strub 1997: 7). Der Zeithistoriker Achim Saupe beschreibt den ursprünglichen Begriff der Authentizität in Anschluss an den kanadischen Philosophen Charles Taylor (1995) als »Treue zur eigenen inneren Natur« (Saupe 2012: 3). Authentisch-Werden wird hier im historischen Abgleich mit Aufklärung bzw. Moderne als »der eigenen Originalität treu Bleiben«, als Verbindung zur inneren Stimme etc. aufgefasst.³

Im Hinblick auf Medialisierung und Kommerzialisierung unseres Alltags⁴ und hier insbesondere der eigentlich an abgesicherte Fakten gebundenen Geschichte räumt Saupe dann aber Schwierigkeiten ein, die individuelle, soziale und mediale Ebene zu trennen:

»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 Erlebnisparcs« (ebd.: 7).

Letztlich spricht sich Saupe in seinem Artikel für eine spezielle historisierende Herangehensweise aus, die wir oben schon mit Früchtl und Zimmermann für den Bereich der Kulturanalyse erwähnt haben und die für eine Popmusikanalyse geeignet erklärt werden kann.

Kommen wir von diesem kurzen Abriss aktueller Diskurse zu einigen der konkreten Beobachtungen zu Popmusik und Authentizität, die hier aufgrund ihrer basalen Zusammenhänge, Etablierungen und Aktualitäten ausgewählt wurden und die Voraussetzung sein können für eine grundlegende Aufarbeitung der Komplexität und Relevanz von vor allem Live-Inszenierungen⁵ in Popmusik in Anbindung an Medien- und Marketinganalysen wie sie schon vor ca. zwanzig Jahren von Helmut Rösing (1993) und Alfred Smudits (1993) in der Publikation zur 7. ASPM-Jahrestagung 1991 zum Thema *Rockmusik als*

3 Vgl. auch grundlegend den Eintrag »Authentisch/Authentizität« in Barck et al. 2009: 40-65.

4 Für mediensoziologische Anschlüsse zu neuen Medientechnologien, Kommunikation und Authentizität/Glaubwürdigkeit vgl. die Studien von Kornelia Hahn (2009) und Tilmann Sutter (2010).

5 Vgl. zu den Begriffen »Live«, »Inszenierung« und »Live-Inszenierung« Fischer-Lichte 2003 und 2004. Fischer-Lichtes theaterwissenschaftliche Überlegungen beziehen sich teilweise auf den US-amerikanischen Performance-Forscher Philip Auslander (vgl. etwa Fischer-Lichte 2004: 114-126) und scheinen für populäre Inszenierungen und Inszenierungen des Populären in der Musik sehr diskutabel (vgl. dazu Auslander 2004, 2008).

»Gesamtkunstwerk« gefordert und dann aktueller und ausgiebiger etwa von Marion Leonard (2007) zu Gender und popmusikalischer Performance oder Christian Jooß-Bernau (2010) zum Pop-Konzert sowie in zahlreichen anderen Arbeiten innerhalb der Beobachtungen spezifischer Genres⁶ konzipiert wurden. Die Probleme der hier ausgesuchten Ansätze sollen – ungeachtet der jeweiligen historischen und situativen Forschungsstandpunkte – insbesondere in Hinsicht auf eine umfassende Analyse von Authentizität und Popmusik skizziert werden.⁷

2.1 Lawrence Grossberg: Authentische Unauthentizität

Der amerikanische Cultural-Studies-Forscher und Kommunikationswissenschaftler Lawrence Grossberg (2010: 196-232) hat bereits Anfang der 1990er Jahre das Konzept der authentischen Unauthentizität skizziert, welches bis dato oft verwendet wird.⁸ Dabei hat sich Grossberg sehr stark auf politische und unterhaltungsindustrielle Entwicklungen in den USA bezogen und den Zusammenhang aus Postmoderne, Neokonservatismus und Rockdiskurs beschrieben. Besonders wichtig ist Grossberg dabei die postmoderne Wende im Rock, die er mal positiv als ironisches Erreichen einer neuen Stufe von Diskurs oder negativ als Kommerzialisierung auch dieser Meta-Ebene fasst. Im Grunde wird sie durch das Wechselspiel beider Seiten ausgemacht.

Grossberg beschreibt unter dem Eindruck von Disco, Punk, Postpunk und New Wave, wie sich die traditionelle Reibung aus antikommerziellem Rock und durchkommerzialisiertem Pop in diesem Wechselspiel aufzulösen scheint, Differenzen indifferent gemacht werden. Diese spielerischen neuen Formate und Genres sind nach Grossberg

»bewusste Parodien der Authentizitätsideologie; sie machen die Künstlichkeit der Konstruktion von Rock weniger zu einer Angelegenheit der Ästhetik als zu einer des Image-Marketings. Letzten Endes ist Rock, wie alles andere in den 1990ern auch, ein Business. Das Ergebnis ist, dass Stil vor Authentizität gefeiert wird, oder vielmehr Authentizität als bloß ein weiterer Stil betrachtet wird« (ebd.: 227).

6 Genres sollen dabei im Anschluss an Simon Frith (1996: 91-95), der sich wiederum auf den italienischen Musikologen Franco Fabbri bezieht, verstanden werden als Settings von musikalischen Ereignissen und Medienangeboten, die durch gegenseitig akzeptierte Regeln in sozialen Gruppen gesteuert werden.

7 Vgl. aktuell den Beitrag von Ralf von Appen in diesem Band.

8 Gelegentlich wurde Grossbergs Konzept auch mit authentischer Inauthentizität übersetzt (vgl. etwa Düllo 2011, Keller 2008), was mit Unauthentizität gleichgesetzt zu verstehen ist.

Grossberg unterscheidet dann selbst innerhalb dieser neuen Kategorie von Unauthentizität in »ironische, sentimentale, hyperreale und groteske Unauthentizität« (ebd.: 221). Entscheidend ist das Ausstellen des Gemachtseins, das Umschalten von Inhalt auf Form bzw. ein Generieren neuer Inhalte daraus in Popmusik (bei Grossberg Rock- und Popmusik): »Wenn jede Identität gleichermaßen vorgetäuscht ist, eine eingenommene Pose, dann feiert die authentische Unauthentizität die Möglichkeiten der Pose, ohne zu leugnen, dass sie nur das sind« (ebd.: 220). Nur nebenbei bemerkt: Eine Feststellung Grossbergs klingt wie das Motto vieler New Wave-Bands oder aktuell von Lady Gaga: »Das einzige Geheimnis ist die Ironie, dass es keine Geheimnisse gibt, weil es nichts hinter dem Schirm, nichts unter die Oberflächen Geschriebenes gibt« (ebd.).

Problematisch scheint seine starke Konzentration auf die US-amerikanischen Verhältnisse der 1980er und frühen 1990er Jahre, seine Fokussierung auf und sein Verständnis von Rockmusik als Gegenpol zu kommerzieller Popmusik sowie sein Mäandern zwischen Analyse und Kritik. Sicherlich ging es Grossberg hier allerdings auch nicht um eine fundierte Analyse eines bestimmten Genres oder einer Sparte von Musik, sondern um die kritische Beschreibung eines gesellschaftlichen Zustands.

2.2 Sarah Thornton: Zwei Sorten von Authentizität

Die englische Kulturosoziologin und Medienwissenschaftlerin Sarah Thornton hat sich in ihrer Studie zu Club-Kulturen und hier vor allem elektronischer Tanzmusik ebenfalls ausgiebig mit dem Konzept Authentizität auseinandergesetzt und dabei zumindest für diesen Bereich von Popmusik und Medialisierung einen historischen Abriss dieses Genres im Abgleich mit deren eigenen Authentizitätskonstruktionen geliefert. Besonders wichtig erscheint Thorntons Augenmerk auf den Prozess der Authentifizierung, der hier in Popmusik als typisches Merkmal für die Integration neuer Technologien und Konzepte gesehen wird (und damit für die Überlegung der Authentizität als Konstante von Popmusik und Medien fruchtbar erscheint):

»The ultimate end of a technology's enculturation is authentication. In other words, a musical form is authentic when it is rendered essential to subculture or integral to community. Equally, technologies are *naturalized* by enculturation« (Thornton 1996: 29, Hervorhebung im Original).⁹

9 Thornton's Fokus liegt dabei auf den Authentifizierungen speziell in den Club-Kulturen, wo etwa der Aspekt der ›Liveness‹ von der Bühne in den interaktiven Raum zwischen Musik, DJ und Tanzenden verschoben wird und gänzlich andere Authentifizierungen evoziert. Vgl. zum Aspekt der Liveness und Authentizität

Thornton konstituiert aus ihren Beobachtungen zwei Arten von Authentizität in Popmusik: »The first sort of authenticity involves issues of originality and aura [...]. The second kind of authenticity is about being natural to the community or organic to subculture« (ebd.: 30). Thornton leitet diese im Grunde aus der traditionellen Unterscheidung von Hochkultur (hier vor allem der Kunst) und Alltags-/Massen-/Medienkultur (hier vor allem des ›whole way of life‹) ab und betont, dass eben gerade das Wechselspiel aus beiden erst den Bereich der Popmusik prägt: »Live and recorded authenticities are [...] not mutually exclusive categories, but part of a continuum« (ebd.: 31). In diesem produktiven Gegenüber sind die Performenden – ob nun DJs oder Tanzende – die wesentlichen Bestandteile.

Die Authentifizierungen, also die Authentizitätszuschreibungen, lassen sich mit Thornton in diversen Genres mit unterschiedlichen Gewichtungen beobachten. Thornton stellt bereits als Startpunkt ihrer Studie fest: »In other words, authenticity is ultimately an effect of the discourses which surround popular music« (ebd.: 20). Problematisch an Thorntons Überlegungen erscheint lediglich, dass sie sich hauptsächlich auf ganz bestimmte Genres der Popmusik bezieht, die »dance cultures«.

2.3 Allan Moore: Drei Konzepte von Authentizität

Der britische Popmusikologe Allan Moore knüpft an das Konzept des Prozesses der Authentifizierung an und betont in seinen Überlegungen die eigentlichen Felder und Motive der Zuschreibung von Authentizität. Bezogen auf die Künstler selbst bedeutet Moores Ausdifferenzierung: »That artists speak the truth of their own situation; that they speak the truth of the situation of (absent) others; and that they speak the truth of their own culture, thereby representing (present) others« (Moore 2002: 209). Das führt Moore dann zu drei Arten von Authentizität in Popmusik, die zwischen Performer und Publikum entstehen (vgl. ebd.: 211-220):

1. *Authentizität als Ausdruck*: Ich-Authentizität bzw. Erste-Person-Authentizität: Einem Performer gelingt es, den Eindruck zu vermitteln, dass er unvermittelt und integer mit dem Publikum kommuniziert. Es werden also Zusammenhänge der Inszenierung, Medialisierung und Kommerzialisierung ausgeblendet oder bewusst integriert, wenn etwa ein Künstler

im Sinne von gleichzeitiger, körperlicher Anwesenheit von Produzenten und Rezipienten von Popmusik ausführlich Auslander 2008: 73-127 und daran anschließend Schumacher 2002, vgl. zu Gender und Selbstdarstellung in und durch Pop Lyrics Moser 2008.

den Abend als gemeinsame, gute Zeit tituliert und Nähe zum Publikum sucht.

2. *Authentizität als Umsetzung*: Er/Sie-Authentizität bzw. Dritte-Person-Authentizität: Einem Performer gelingt es, den Eindruck zu vermitteln, Ideen anderer, dritter akkurat zu repräsentieren, die innerhalb einer Tradition von Performances liegen, es werden also von anderen Glaubwürdigkeitsanker übernommen, wenn etwa ein Künstler sich Konzepten anderer, großer Vorbilder bedient und sich in besonders glaubwürdige, weil traditionell ›verbürgte‹ Kontexte einreihet.
3. *Authentizität als Erfahrung*: Du-Authentizität bzw. Zweite-Person-Authentizität: Einem Performer gelingt es, den Eindruck zu vermitteln, das Publikum zu verstehen, dessen Lebenserfahrung mit in die eigene Performance zu integrieren und umgekehrt durch die eigene Musik und ihre Darstellung dem Publikum etwas über das (eigene) Leben zu sagen. Es wird also gleichermaßen an die Erfahrungen des Publikums angeschlossen sowie Einfluss ausgeübt, wenn sich etwa protestierende Jugendsubkulturen musikalisch artikulieren.

Was an Moores Einteilung besticht, ist die präzise Analyse der verschiedenen Ebenen von Authentifizierung zwischen Musikern und Rezipienten und die Betonung der erst daraus entstehenden Authentizität als Aushandlungsprozess. Ebenso spricht die Genre-Unabhängigkeit seines Konzepts für eine gute Anwendbarkeit in der Popmusik- und Medienanalyse.

Problematisch erscheint bei Moores Einteilung allerdings gerade die Betonung auf die Produzenten und Rezipienten der Authentizität. Damit werden m.E. vor allem mediale, journalistische und wirtschaftliche Aspekte und Kontexte vernachlässigt.

2.4 Hans Weisethaunet/Ulf Lindberg: Kategorien von Authentizität

In Bezug auf Moores Konzept und dennoch aus einer gänzlich anderen Perspektive nehmen sich der norwegische Popmusikethnologe Hans Weisethaunet und der schwedische Komparatist Ulf Lindberg der Authentizitätszuschreibungen in Popmusik an. Aus einer umfassenderen Studie zum Popmusikjournalismus in den USA und Großbritannien (vgl. Lindberg/Guðmundsson/Michelsen/Weisethaunet 2005) abgeleitet, heben Weisethaunet und Lindberg (vgl. Weisethaunet/Lindberg 2010) in ihrem Artikel für *Popular Music and Society* die Bedeutung von Authentizität für Popmusik in Anschluss an Moores und Grossbergs Überlegungen hervor: »Thus, on the one

hand, ›authenticity‹ designates an experiential quality; on the other hand, it functions as a nodal point in art-related discourse and, as such, links to socio-cultural power relations« (Weisethaunet/Lindberg 2010: 466). Weisethaunet und Lindberg skizzieren dann eine in ihren Worten erweiterbare Liste von Authentizitäten, »including ›folk authenticity‹, ›authenticity as self-expression‹, ›authenticity as negation‹, ›authentic inauthenticity‹, ›body authenticity‹, and ›authenticity as transcendence of the everyday‹« (Weisethaunet/Lindberg 2010: 467).

Diese Kategorien gewinnen Weisethaunet/Lindberg vorrangig aus ihrer Analyse popmusikjournalistischer Texte, was zugleich Stärke und Schwäche ihrer Herangehensweise ist. Sie berücksichtigen auf einem bisher immer noch sehr wenig erforschten Gebiet (vgl. Doehring 2011 und Schäfer 2011) den Journalisten als wichtiges Scharnier zwischen Produktion und Rezeption von Popmusik. Gleichzeitig erscheinen damit aber andere Ebenen des popmusikalischen Kommunikationsprozesses eher vernachlässigt.¹⁰ Ferner bewegen sich die Kategorien auf unterschiedlichen Levels und stellen sie hier nur Diskursstränge oder -unterthemen dar. Einig sind sich aber auch Weisethaunet und Lindberg in ihrem Fazit bezüglich der Komplexität des Zusammenhangs aus Authentizität und Popmusik:

»As we have shown, critics' notions of authenticity are not one but plural, which has given rise to a repertoire of different discourses. Moreover, these notions are changing: ›authenticity‹ is ascribed different meanings, value, and relevance in different spatiotemporal contexts. It has also been suggested that one reason why the concept seems to persist may be that, at least in some shapes, it seems to respond to existential needs. Still, the meaning of ›authenticity‹ remains primarily tied to the modern subject and its pursuit of self-realization« (Weisethaunet/Lindberg 2010: 481).

2.5 Thomas Düllo: Authentizität erster und zweiter Ordnung

Viele der genannten Diskussionen werden in der umfassenden Studie des Berliner Kulturwissenschaftlers und Pädagogen Thomas Düllo zur »Kultur als Transformation« (2011) amalgamiert, in der Düllo »Eine Kulturwissenschaft des Performativen und des Crossover« – so der Untertitel der Studie – vorlegt. Besonders sein Unterkapitel zur Authentizität erster und zweiter

10 Vgl. zum popmusikalischen Kommunikationsprozess ausgiebig Jacke 2009a und zu kommunikativen Gesichtspunkten und Problemen von Authentizität Keller 2008: 59-76: »Authentizität ist gewissermaßen eine Art reflexive Wahrheit, eine Wahrheit mit attribuiertem Rückbezug auf den kommunizierenden Aktanten« (Keller 2008: 66).

Ordnung (vgl. Düllo 2011: 441-469) lässt sich vor allem an Grossbergs und Thorntons Überlegungen anschließen. Düllo hat dabei eben gerade die produktiven Reibungen und Crossovers zwischen authentischem Rockdiskurs und anderen popmusikalischen Strömungen, die das In- oder Unauthentische betonen, beobachtet:

»Es geht um die Frage: was steckt hinter der Reklamierung des Authentischen, erhoben von denjenigen Teilnehmern an kulturellen Praxen und Diskursen über Authentizität, die nicht ein essentialistisches Verständnis von authentisch für sich reklamieren?« (ebd.: 442-443).

Wenn sich etwa der Pop- und Kunsttheoretiker Diedrich Diederichsen 2002 im Vorwort zur Neuauflage seines Buchs *Sexbeat*, welches im Original 1985 erschienen ist, an die achtziger Jahre erinnernd proklamiert, dass es in Punk, Postpunk und New Wave eben gerade um die Gestaltung des Nicht-authentischen ging (vgl. Diederichsen 2002: II), wenn er an anderer Stelle das Konzept »Authentizität zweiter Ordnung« (Diederichsen 1993: 235) als Genuss an der eigenen Entfremdung (z.B. bei der schwedischen Band Roxette) einführt oder wenn der Literaturwissenschaftler Eckhard Schumacher (2001) am Beispiel der sehr unterschiedlichen Bands F.S.K./Freiwillige Selbstkontrolle und vor allem Roxy Music die Ästhetik von Zitat und Wiederholung in Pop illustriert, so nimmt Düllo diese Fäden auf und verfolgt sie einerseits zurück in die Kunst, andererseits spinnt er sie weiter bis in die heutige popkulturell geprägte Zeit und stellt seine grundlegende Unterscheidung auf:

»Künstlich, Konstruiert [sic! C.J.] und inszeniert sind beide Formen des Authentischen [die erster und die zweiter Ordnung, C.J.]. Die Differenz ist vielmehr darin erkennbar, ob die kulturellen Produkte, die das Authentische repräsentieren und inszenieren, eben diese Inszeniertheit und Künstlichkeit kenntlich machen (zweiter Ordnung) oder sie ignorieren und leugnen (erster Ordnung)« (Düllo 2011: 459).

Die »Inszenierung der Als-Ob-Authentizität« (ebd.: 445) kann auf allen popkulturellen Feldern stattfinden. Düllo selbst liefert als Beispiel u.a. eine Analyse von Schallplattencovern und Musikclips und verwehrt sich dabei gegen Bewertungen.¹¹ Im Weiteren listet Düllo einen Katalog an Phänome-

11 Man könnte behaupten, dass popmusikalische Castings als kommerzialisierte Version dieser Authentizität zweiter Ordnung fungieren. Dem sei entgegen gestellt, dass dort ja eben die eigentlichen Produktionsmechanismen nicht offengelegt und kommentiert werden, sondern eine Simulation von popmusikalischen Wettbewerben unter medialen Bedingungen stattfindet und die Castings somit für die Zuschauer Authentizität erster Ordnung dar- und herstellen: »Take Me Tonight«, »This Is My Life«, »I Still Burn« usw.

nen für die beiden Kategorien auf (vgl. ebd.: 459).¹² Er geht sogar soweit, die beim Beobachten, Erlernen und Anwenden dieser Unterscheidung und ihrer Transformationen gewonnenen Kompetenzen als grundlegend für seine Form der Kulturwissenschaft zu bezeichnen und schließt damit an ähnliche Überlegungen von Susanne Binas-Preisendörfer (2010) und Christoph Jacke (2006, 2009a: 15-55) für eine Popmusik- bzw. -kulturwissenschaft an:

»Die kollektive und performative Kompetenz der Adressaten von Authentizitätseindruckserzeugnissen ist hoch, deshalb brauchen Authentizitätseindruckserzeuger kompetente Unterscheider und Decodierer der Ausdrucksformen von Authentizität« (Düllo 2011: 445).

Und weiter:

»Mit Kombinatorik, Gegenwartsanbindung und Montage sind genau diejenigen Kompetenztechniken von ausgebildeten Kulturwissenschaftlern benannt, die im Bewusstsein von Inauthentizität und Authentizität zweiter Ordnung arbeiten« (ebd.: 464).

Wenn auch Düllos Überlegungen für einen umfassenden Gesamtkomplex der Popmusikultur sinnvoll sind, so ist zugleich der kulturwissenschaftlich allgemeine Ansatz, der lediglich exemplarisch auf Popmusik beschränkt bleibt – hier zuvorderst deren Visualisierung auf Schallplattenhüllen –, problematisch.

Wie sich also belegen lässt, haben sich die unterschiedlichen und doch an einem konkreten Zusammenhang abarbeitenden Konzepte gegenseitig rezipiert und lassen sich zumindest grob miteinander in Bezug setzen und sogar integrieren für eine sowohl historische als auch theoretische, systematische Analyse von Popmusik und die sie umgebende Popkultur. Nach ausgiebiger Sichtung der wissenschaftlichen Literatur zu Popmusik und Authentizität lassen sich nunmehr zwei Aspekte besonders deutlich erkennen und für eine weitere Betrachtung systematisieren:

1. Offenbar schwingen in den verschiedenen Begriffspaaren, die in diesem Rahmen immer wieder erwähnt und diskutiert werden und die sich durch praktisch alle Veröffentlichungen durchziehen, *implizite Bewertungen* mit: Wenn also von Natur/Kultur, Realität/Fiktionalität, Realität/Virtualität, Wahrheit/Lüge, Dokumentation/Fiktion, Wirklichkeit/Medien, analog/digital, local/global, live/recorded, Echtheit/Inszenierung, Glaubwürdigkeit/Täuschung, Original/Fälschung, Original/Kopie,

12 Die Authentizität zweiter Ordnung ist nicht zu verwechseln mit Friths »secondary performance« (Frith 2007: 1), womit Frith Karaoke, Tributes und Castings meint.

Leben/Bühne, realness/fake, Hochkultur/Massenkultur, folk culture/mass culture usw. die Rede ist, scheint oftmals – auch das hat bereits Thornton (1996) für Popmusik identifizieren können – eine Gewichtung zum hier jeweils erst genannten Begriff durch.

2. Welches der Begriffspaare man auch ansetzt, am prominentesten erscheint weiterhin das der *Authentizität/Künstlichkeit*, so arbeiten alle popmusikalischen Genres zwar unterschiedlich in der Gewichtung und Verwendung der Unterscheidung, sie scheinen sie aber in jedem Fall zu thematisieren, mal mehr, mal weniger offensichtlich, mal auf erster, mal auf zweiter Ordnungsebene.

In den letzten Jahren lassen sich vor allem in Medien-, Kultur-, Musikwissenschaften und Soziologie vermehrt Studien zur Inszenierung, Theatralität und Authentizität in Mediengesellschaften und insbesondere auf dem Bereich der Popkultur und -musik finden. So erschienen mehrere der hier benutzten Studien tatsächlich erst im Verlauf des Recherchierens und Verfassens dieses Artikels.

Die erste Beobachtung, die latente Unterscheidung und Gewichtung von Authentizität in Bezug auf Künstlichkeit etc., lässt sich m.E. aus den jeweiligen Kulturen, also den Interpretationen der Unterscheidungen innerhalb von Wirklichkeitsmodellen erläutern. Jede Kulturbeschreibung basiert eben auf Beschreibungskulturen und muss differenzieren und gewichten, darauf wurde für Pop an anderer Stelle bereits ausgiebig im Anschluss an das Kulturmodell von Siegfried J. Schmidt hingewiesen.¹³ Hier zeigt sich die Abhängigkeit sowohl vom einzelnen Beobachter als auch von gesellschaftlichen Diskursmächten. Ebenso wird der grundsätzliche Gebrauch dieser Unterscheidungen besonders klar. Kultürlich kann man hier nochmals genauer die einzelnen Begriffe und ihre durch die Zeit hindurch und vor allem in Medien und Pop je spezifischen Verwendungen und auch Gewichtungsveränderungen analysieren, was ja auch einige der hier genannten Studien praktizieren. Diese Herangehensweise berücksichtigt dann auch die zweite Beobachtung, die generelle Bedeutung von Authentizität/Künstlichkeit in Popmusik durch alle Genres hindurch, wenn auch jeweils spezifisch ausgeprägt. Die generelle Beobachtung zur Ubiquität der Diskurse um Authentizität ihre Konzepte erscheint mir allerdings, so trivial sie zunächst klingt, sehr viel aufschlussreicher, wenn man sie philosophisch als Zeichen eines zunehmenden Selbstvergewisserungsdiskurses über unsere Gesellschaft verstehen möchte.

13 Vgl. für Popkultur Jacke 2004, 2009a, als angewandte exemplarische Studie zu Popmusik Burkhalter/Jacke/Passaro 2012.

»In an age of endless representations and global mediation, the experience of musical authenticity is perceived as a cure both for alienation (because it offers feelings of community) and dissimulation (because it intends a sense of the really ›real‹). As such, it is valued as a balm for media fatigue and as an antidote to commercial hype. In sum, authenticity is to music what happy endings are to Hollywood cinema – the reassuring reward for suspending disbelief« (Thornton 1996: 26).

(Bekanntlich lässt David Lynch seine Filme eher ›unhappy‹ oder indifferent enden, als hätte er Thorntons Anmerkung zur Authentizität gelesen und als wolle er diese Versuche der Rückversicherung zerstören.)

Vielleicht kann man aufgrund dieser Beobachtungen soweit gehen, dass Authentizität und die diesen Begriff umgebenden Konzepte und Diskussionen als ein wichtiger umfassender Diskursstrang, als ein Paradigma für unsere Gesellschaft, in jedem Fall für den Bereich der Popmusik und Medien gelten können. Vielleicht kann man sogar zumindest aus einem Zeitgeistgefühl heraus von einem ›authentic turn‹ sprechen, der sich aus den Erfahrungen mit Medialisierung, Computerisierung und Digitalisierung und all den damit zusammenhängenden Veränderungen wie Ausdifferenzierung und Reflexivierung erklären lässt (vgl. Jacke 2009b).¹⁴

Die hiermit zusammen hängenden unübersichtlichen Sichtbarkeiten und neuen Unsichtbarkeiten scheinen allesamt zu einem zunehmenden Bedarf an Diskussionen zu führen und sorgen zusätzlich für »die strukturelle Unfass-

14 Die Unübersichtlichkeit und Rätselhaftigkeit wird deutlich, wenn man die Traditionslinie der Beobachtbarkeit von Theatralen und Inszeniertem bei Früchtl/Zimmermann (2001: 17) weiterführt, die diese in Anschluss an Michel Foucaults Studien zur Sichtbarkeit konzipieren, indem sie in der griechischen Antike das Schauspiel als Anblick weniger durch die Menge und in der Moderne umgekehrt wenigen oder einem einzelnen den Überblick über viele gewährt, verstehen. Man kann ergänzen, dass die Postmoderne als spezifische Entwicklung in der Moderne nunmehr bedingt durch vor allem Industrien und Technologien die Übersicht aller über alle zumindest suggeriert und ermöglicht. Dass freilich dahinter neue hegemoniale Strukturen erkennbar sind, zeigen die aktuellen, nach-euphorischen Debatten um die Datenspeicherung, -verwendung und -freigabe etwa beim sozialen Netzwerk *facebook*. Der kritische Pop-Philosoph und Mitherausgeber der *Testcard*-Reihe Roger Behrens sieht hinter den vermeintlichen Offenlegungen postmoderner Medien- und Popkultur sogar wiederum eine erneute kulturindustrielle Camouflage auf der Meta-Ebene, die sich im Grunde schon durch die gesamte Geschichte der Popmusik zieht: »Gerade durch die Perfektionierung der industriellen Produktionsverhältnisse werden eben diese industriellen Produktionsverhältnisse unsichtbar gemacht: *und zwar in einem Maße, dass selbst das Wissen um die tatsächlichen Fertigungsbedingungen nichts an dem Genuss dieser Produkte ändert.* [...] Das Prinzip tangiert schließlich die pop-ästhetische Authentizität, was durch kaum eine Musik stringenter vorgeführt wird als durch den Soul« (Behrens 2011: 20, Hervorhebung im Original).

barkeit des Konzepts ›Authentizität‹ (Funk/Krämer 2011: 9), wie es jüngst die Anglisten Wolfgang Funk und Lucia Krämer im Vorwort zu ihrem Sammelband *Fiktionen von Wirklichkeit* formuliert haben. Es scheint gerade ganz gehörig geordnet zu werden. Genau diesen Bedarf an narrativer Ordnung spricht Lynch mit seinen filmischen Verschachtelungen und Verästelungen auch an, um ihn dann in weitere Verunsicherung zu überführen.

3. Zwei mögliche Wege aus dem Authentizitätsdilemma: »It's all recorded and yet we hear a band!«

Besonders illustrieren lassen sich die verschiedenen Ebenen von Authentizitätszuschreibungen und Gewichtungen an den Figuren der Popmusik (vgl. Jacke 2010, 2011) sowie an konkreten Beispielen, wie ich es in Bezug auf Diederichsens Konzept der Meta-Musik (vgl. Diederichsen 2007, Diederichsen/Jacke 2011) an anderer Stelle an den Meta-Stars Nick Cave und dessen Seitenprojekt-Band Grinderman als bottom-up gewachsenem und Lady Gaga als top down platziertem Star versucht habe (vgl. Jacke 2012). Für Diederichsen, der hier allerdings immer nur emanzipatorische, unpopuläre Pop-Musik meint, gibt es zwei Möglichkeiten der Zukunft von Pop-Musik¹⁵: Sie wird zur Kunst und/oder sie wird zur Meta-Pop-Musik, die ihre eigenen Bedingungen beobachtet, damit spielt und sich bemüht, gewissermaßen ihre Voraussetzungen, Rahmungen und auch Inhalte durchzudeklinieren (vgl. Diederichsen/Jacke 2011). Auffallend an dieser Entwicklung ist m.E., dass sie an die Ausbildung einer Authentizität zweiter Ordnung als Strategie in Pop anschließt und dass sie in allen Bereichen der Popmusik zu beobachten ist, und zwar sowohl Genre übergreifend als auch auf verschiedenen Ebenen des Erfolgs. Diederichsen nennt etwa das Beispiel des deutschen Musikers und Sängers Kristof Schreuf (und dessen ehemaliger Band Kolossale Jugend), der diese sehr reflektierte und reflektierende ›Metaisierung‹ ähnlich dem Autoren, DJ und Musiker Thomas Meinecke (und dessen bereits erwähnte Band F.S.K./Freiwillige Selbstkontrolle) betreibt. In und an ihnen werden die beschriebenen Diskurse in Pop sozusagen personalisiert oder wie David P. Marshall es in seiner Studie zu Prominenz und Macht formuliert hat:

»At the center of these debates concerning the authentic nature of the music is the popular music performer; how he or she expresses the emotionality of the

15 Diederichsen benutzt den Begriff Pop-Musik ausdrücklich in dieser Schreibweise und unterscheidet ihn von Popkultur; vgl. Diederichsen/Jacke 2011.

music and his or her own inner emotions, feelings, and personality and how faithful the performer is to the intentions of the musical score are all part of how the individual performer is determined to be authentic« (Marshall 2006: 150).

Diese ihr Selbst und ihre Kontexte in ihrer Inszenierung reflektierenden Meta-Stars stehen als Stars letztlich für kulturindustriell produzierte, medial distribuierte, kommerzialisierte und mit Vergnügen rezipierte öffentliche Medienpersonen, hier aus der Popmusik.

»Popmusik-Performer brachen mit dem Prinzip Rolle, nicht allerdings, wie das oft missverstanden wird, um nun in barer Authentizität und Selbstidentität vor ihrem Publikum zu stehen, sondern um eine andere Form einzufügen: ein permanentes Bezugnehmen auf die eigene Person, dessen Wahrheit aber nie ganz greifbar wird« (Diederichsen 2010: 31).

Meta-Stars illustrieren die beiden generellen Tendenzen postmoderner Mediengesellschaften, sich auszudifferenzieren und zu reflexivieren. Dabei sollte nicht übersehen werden, dass solche Meta-Stars der Popmusik bzw. ihre Managements durchaus sehr produktiv und intensiv mit Konzepten wie Zitat, Pastiche und Parodie arbeiten und letztlich – zumindest im Fall Lady Gagas – u. a. daraus ihren weltweiten Erfolg gewinnen. Der britische Popmusik-Journalist und Essayist Simon Reynolds sieht in seiner aktuell viel zitierten Studie *Retromania* (2011) Lady Gaga sogar als *den* charakteristischen Rekombinations-Star im Pop an:

»The ultimate recombinant pop star, Gaga's persona and appearance mixed seventies glam decadence (Bowie), eighties costume excess (Grace Jones, Madonna, Vogueing, Leigh Bowery), nineties neo-Goth (Marilyn Manson) and early-noughties electroclash (Fischerspooner's pro-pretentiousness rhetoric, Miss Kittin's velvet rope glitz fantasies). Gaga's music merged eighties retro-robotics with fully contemporary qualities of efficiency, ruthless hookiness and cosmetic perfection (vocals glazed and sugared with Auto-Tune). Collapsing past into future, and edgy hipsterism into mainstream showbiz, Gaga voided the meaning of either. Fittingly, she became the iconic pop performer of our time« (Reynolds 2011: 176).

An der Figur Lady Gaga lassen sich die hier eingangs schon erwähnten zwei Wege aus dem Dilemma der Beobachtung von Pop und Authentizität an der popmusikalischen Praxis exemplarisch ablesen:¹⁶

16 Für eine genauere Einordnung von Lady Gaga und Nick Cave/Grinderman als Meta-Stars der Popmusik vgl. Jacke 2012.



Abb. 4: Lady Gaga, Cover *Harper's Bazaar*, Oktober 2011 (<http://s11.bdbphotos.com/images/orig/f/q/fqtkbjw9083lqfk8.jpg>).



Abb. 5: Lady Gaga, Titel/U1, *Spex*, Heft 333, Juli/August 2011.

1. Da Lady Gaga ihr ganzes Leben zur Inszenierung ausgerufen hat und immer wieder betont, dass es kein Dahinter gibt und sie so ist, wie sie scheint, kann man hier den Begriff der Authentizität entsorgen, wie es so viele popkulturelle Genres und Bewegungen selbst immer wieder verlangt haben. Auf dem Titel der Oktoberausgabe 2011 der US-amerikanischen Modezeitschrift *Harper's Bazaar* schaut Lady Gaga uns ›ungeschminkt‹ mit der Headline »Lady Gaga Bares All« an, die prominente Person gibt also scheinbar ihr ›wahres‹ Gesicht auf der Front-Hülle eines inszenatorischen Mediums Preis, sie ist bewusst als ungeschminkt geschminkt zu erkennen, was durch ihren eher abwesenden Blick verdeutlicht wird (vgl. Abb. 2). Im Heft freilich befinden sich lediglich ein kurzer Text und drei weitere Fotos, auch hier scheint im wahrsten Sinn Oberfläche gegenüber Komplexität zu überwiegen. Für den Titel des deutschen Popkultur-Magazins *Spex* im Juli/August 2011 wurde Gaga

vom Fotografen Wolfgang Tillmanns im Lehmbruck-Museum Duisburg fotografiert und mit der Headline »natürlich!« versehen. Abgesehen von der Headline ist Gaga als fotografierte Person vor der Beton-Wand des Kunstmuseums mit einem Baumblatt in der Hand und geöffneter schwarzer Lederweste und darunter befindlichem BH zu sehen (Abb. 3). Hier scheint die Authentizitätskategorie auf Ebene von Pop vollkommen ausgehebelt.

2. Nun entsteht der Reiz dieser medialen Inszenierung nicht zuletzt durch das doppelte Versprechen, das hier gegeben wird; zum einen vom Titelbild *Harper's Bazaar* und *Spex* auf den Inhalt in der Zeitschrift hin, zum anderen generell auf die Demaskierung von Lady Gaga hin. Um mit dieser Inszenierung von Nicht-Inszenierung, dieser geschminkten Ungeschminktheit in Pop und Medien arbeiten zu können, erscheint die hier erläuterte Authentizität zweiter Ordnung durchaus hilfreich, denn sie zeigt sowohl die zweite Ebene an als auch den offensichtlich weiter vorhandenen Bedarf an Ursprung, Wurzel und Entblößung seitens sowohl der medialen Berichterstattung als auch der Rezipienten und Fans. Die Kategorie bzw. das Konzept Authentizität ist also ausdifferenziert und reflexiviert worden, verschwunden oder gänzlich dekonstruiert ist es auch und gerade bei einer Figur wie Lady Gaga nicht.¹⁷

Die kalkulierte Evokation des ständigen Verlangens nach Ent-Täuschung und die damit zusammenhängende fortlaufende Konstruktion des Selbst auf Seiten der Rezipienten und ihres Extrems, den Fans, nennt Marshall (2010: 44) den »celebrity effect«.¹⁸ Diesen Bedarf stellt auch die Kommunikations-

17 In einer Wortmeldung auf der diesem Band zugrundeliegenden Tagung bezeichnete Philip Auslander die Figur Lady Gaga als »anti-icon«.

18 Kein Bereich operationalisiert diesen Effekt übrigens drastischer und kommerzieller als die Pornoindustrie, wie jüngst auch die britische Philosophin Nina Power in ihrer Analyse der Frau in der neoliberalen, medialisierten Gesellschaft festgestellt hat: »Diese Leidenschaft für Authentizität, die erwartungsgemäß besser funktioniert als die immer-nur-angedeutete ›echte‹ Sex-Szene im Mainstream-Spielfilm, ist merkwürdig: Reicht es denn nicht, dass wir die ›Lust‹ in den Gesichtern der Darstellerinnen erkennen können? Selbstverständlich nicht – genau wie alle anderen Frauen könnte die Pornoschauspielerin das ja faken. Aber es gibt natürlich keine andere Möglichkeit ihre Lust zu messen, auch wenn im Vintage Porn alles versucht wird, um uns zu überzeugen, dass das weibliche Genießen seinen eigenen Ort hat. Doch der Money Shot ist längst weitergezogen: vom Mainstream-Kino über den Porno ins Fernsehen – dort steht der Begriff für die Schlüsselszene einer Reality Show, eine Art Programmhöhepunkt auf niedrigem Niveau, der sich als Trailer eignet: ein Clip, der zeigt wie ein Kandidat oder eine Kandidatin nach seinem/Ihrem Rausschmiss weinend zusammenbricht oder aufschreit« (Power 2011: 80-81). Und dieses Weiterziehen verursacht dann wiederum einen Wandel in der Pornoindustrie, wie ihn der Film-

wissenschaftlerin Erin Meyers in ihrer Untersuchung des Zusammenhangs von Prominenz, Medien, Image, Authentizität und Fans am Beispiel von Britney Spears fest: »The question, then, is why audiences remain unsatisfied with the public image of the star and turn to extratextual reports in order to seek the ›truth,‹ [sic!] even if they rationally are aware those images are constructed« (Meyers 2009: 895). Dabei betont auch Myers, dass die Rezipienten, das Publikum, im Rahmen der Authentizitätskonstruktionen neben den Figuren und ihren Produktionskontexten ebenfalls wichtigen Anteil haben:

»The audience negotiates the image using notions of authenticity and truth to decipher the ›real‹ celebrity. This is not a simple process, but one fraught with complexity and contradiction. [...] Although we can never really know the truth about a celebrity, as it is a mediated and highly constructed position, the pursuit of that truth allows audiences to organize and understand themselves and the world around them« (Meyers 2009: 905).

Aus allen diesen Analysen lässt sich schließen, was Diederichsen anlässlich des Auftritts des Film- und Theaterregisseurs und Aktionskünstlers Christoph Schlingensief in dessen eigener Oper »Mea Culpa« (2009) am Burgtheater Wien konstatierte: »[D]ass eine Sicherheit über den ontologischen Status eines Auftretenden nicht zu haben ist« (Diederichsen 2011: 184). Diese verbindliche Unverbindlichkeit allerdings sollte nicht in eine medien-erkenntnistheoretische Sackgasse führen, sondern aufhorchen lassen für die

kritiker Georg Seeblen beschreibt: »Die klassische Pornographie erzeugt eine Illusion von authentischer Sexualität. Pornodarsteller ficken wie die Tiere, und das in kindlicher Unschuld. Keine komplizierten Liebesgeschichten, keine Codes, keine umständlichen Annäherungen, natürlich auch keine Enttäuschung und keine Bindung. Die Herstellung von absoluter Gegenwärtigkeit durch radikale Körperlichkeit. Das lässt sich am besten durch ›Profis‹ verkörpern: Leute, die das Motorische und Performative beherrschen. Auf der kulturellen Ebene ist diese authentische Form der Sexualität aber wiederum das überhaupt Falscheste und Künstlichste, nämlich etwas Mechanisches. [...] Der post-pornographische Blick hysterisiert und persifliert die authentische Sexualität des klassischen Pornos, indem er sie sozialisiert und zugleich legitimiert. Bei ihm kommt es weniger auf das Schauspiel als auf den Zugriff an. Die Gesellschaft wird nicht mehr ausgeblendet, sie ist deutlich präsent, und die Veröffentlichung des Körpers ist Skandal und Gewöhnung zugleich. Als eine Folge dieser post-pornographischen Perspektive ist auch das Fernsehen des Jahres 2010 um ein rechtes Maß an Selbstpornografisierung und sozialverträglicher Obszönität im öffentlichen Raum bemüht. Allerorten geht es um die Entblößung, Hysterisierung und Entwertung der Körper von Nachbarinnen, Ex-Geliebten, Familienmitgliedern oder voyeuristisch belagerten Mitmenschen, aber auch um die Sexualisierung der Prominenz, der Macht, der Technologie und der Medien selbst« (Seeblen 2011: 106). Vgl. zu Porno, Popmusik und Authentizitätskonstruktionen auch Diederichsen 2006.

damit zusammenhängenden Herausforderungen der Überprüfbarkeit von so genannter Echtheit in Medien- und Popkultur. Das betrifft dann nicht nur die Glaubwürdigkeit von medial inszenierten Figuren, sondern eben auch viel fundamentaler diejenige von Zuschreibungskontexten und Quellen generell.¹⁹

4. Fazit: »It is an illusion – listen...«

In einem derart von Medien-, Musik- und Inszenierungsindustrien geprägten Zeitalter scheint also der Bedarf nach dem Blick und Verstehen des Dahinters hinter den verschiedenen Maskeraden immens präsent zu sein, ein nicht untypisches Bedürfnis nach Sinnsicherheit in Krisenzeiten. Auch hier lassen sich wieder frühzeitig und intensiv in Popmusik und ihren unterschiedlichen Thematisierungen – sozusagen von »Express Yourself« über »Leb wie Du Dich fühlst« bis zu »Born This Way« – derartige oftmals gesamtgesellschaftliche Artikulationen ablesen. Für eine Analyse des Zusammenhangs von Popmusik und Authentizität kann also festgehalten werden:

1. Historisch hat sich insbesondere seit etwa dreißig Jahren eine Authentizität zweiter Ordnung in bestimmten Bereichen der Popmusik herausgebildet, die entweder avanciert oder marktwirtschaftlich ausgeklügelt oder – im musikwirtschaftlich-künstlerischen Idealfall – beides ist.
2. Authentizität erster und zweiter Ordnung zeigt sich auf allen Ebenen des popmusikalischen Kommunikationsprozesses, also in Produktion, Distribution, Rezeption und Weiterverarbeitung. Sie wird dementsprechend oftmals in Teilgebieten untersucht, selten aber etwa im gesamten Prozess.
3. Dazu kommt daran anknüpfend, dass insbesondere an den Stars und Meta-Stars der Popmusik deren sowohl diachrone, also über die Zeit und Karriere laufende, als auch synchrone, also über verschiedene Rollen zu beobachtende Authentizität (szuschreibung) analysiert werden müssen.

Dies ist als Plädoyer für eine präzisere, systematischere Beobachtung zu verstehen und erklärt, warum für manche Produzenten, Musiker, Promoter, Journalisten, Rezipienten, Fans und auch Wissenschaftler Nick Cave, Lady

19 Für diesen Hinweis und dessen aufmerksame Lektüre meines Artikels danke ich Olaf Karnik, der in seiner Mail vom 14.2.2012 fragt: »Was bzw. WER bezeugt die historische Echtheit des Materials, wenn überall und immer mehr ehemalige Empfänger zu Sendern werden?«.

Gaga, Britney Spears oder andere besonders authentisch wirken – oder auch gerade nicht und wie das von wem bewertet wird.

Auf diese für den Bereich der Analyse Populärer Musik besonders gewichtige Beobachterabhängigkeit des Konzepts Authentizität weist auch der schon zitierte Strub hin: »Rezipienten rezipieren etwas als authentisch, Produzenten produzieren etwas als authentisch, Selbstproduzenten geben sich authentisch« (Strub 1997: 15). Daran angelehnt kann für den popmusikalischen Kommunikationsprozess ergänzt werden: Distributeure distribuieren etwas als authentisch (Werbung, Vertrieb etc.), Weiterverarbeiter verarbeiten etwas als authentisch (Fans, Journalisten etc.) – und alles vielleicht auch nicht, das kann nur im Einzelfall, wie hier exemplarisch an Lady Gags Inszenierung auf dem Titel einer bekannten Mode- und einer renommierten Popkultur-Zeitschrift geklärt werden. Spannend für Analysen von inszenierter Popmusik und popmusikalischer Inszenierung ist hier die Frage, auf welchen Ebenen Authentizität dar- oder hergestellt wird, wie umfassend also das »Authentizitätsgeschehen« (Strub 1997: 17) vorliegt, oder wo auch Brüche entstehen.



Abb. 6 und 7: Stills »Club Silencio«, Rebecca Del Rio, *Mulholland Drive*.

Abschließend zurück zu Lynchs »Mulholland Drive« und der »Club Silencio«-Szene: Die in der Inszenierung des Clubs in der Inszenierung des Films geschauspielerte Sängerin Rebecca Del Rio covert hier übrigens in einer spanischsprachigen Version den Song »Crying« aus dem Jahr 1961 von Roy Orbison, dessen Musik bereits des Öfteren Eingang in die Soundtracks von Lynch-Filmen gefunden hat. Rio singt, fällt in Ohnmacht, wird hinter den Vorhang getragen, das Lied und Rios Stimme sind freilich weiterhin zu hören (vgl. Abb. 6 und 7). Und auch hierzu gibt es im Internet an diversen Stellen bereits faszinierende Thesen und Untersuchungen von Fans. Bilder- und Soundwelten – insbesondere im Pop – wollen offenbar weiter ver- und entschlüsselt werden...

Literatur

- Auslander, Philip (2004). »Performance Analysis and Popular Music: A Manifesto.« In: *Contemporary Theatre Review* 14, Nr. 1, S. 1-13.
- Auslander, Philip (2008). *Liveness. Performances in a Mediatized Culture*. Abingdon: Routledge (2. Aufl.).
- Barck, Karlheinz / Fontius, Martin / Schlenstedt, Dieter / Steinwachs, Burkhard / Wolfzettel, Friedrich (Hg.) (2005). *Ästhetische Grundbegriffe. Historisches Wörterbuch in sieben Bänden*. Bd. 7. Stuttgart, Weimar: J. B. Metzler.
- Behrens, Roger (2011). »Post Pop City Life.« In: *Testcard*, H. 20: Access Denied. Mainz: Ventil Verlag, S. 16-26.
- Binas-Preisendörfer, Susanne (2010). »Popmusikgeschichte(n) als Gegenstand filmischer Repräsentationen.« In: *Geschichte – Musik – Film*. Hg. v. Christoph Henzel. Würzburg: Königshausen & Neumann, S. 211-224.
- Bolz, Norbert (2006). »Der Kult des Authentischen im Zeitalter der Fälschung.« In: *Fälschungen. Zu Autorschaft und Beweis in Wissenschaften und Künsten*. Hg. v. Anne-Kathrin Reulecke. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 406-417.
- Burkhalter, Thomas / Jacke, Christoph / Passaro, Sandra (2012). »Das Stück ›Wanabni‹ der Palästinenserin Kamilya Jubran und des Schweizers Werner Hasler im multilokalen Hörtest. Eine multiperspektivische Analyse.« In: *Black Box Pop. Analysen populärer Musik* (=Beiträge zur Populärmusikforschung 38). Hg. v. Dietrich Helms und Thomas Phleps. Bielefeld: transcript, S. 227-256.
- Diederichsen, Diedrich (1993). *Freiheit macht arm. Das Leben nach Rock'n'Roll 1990-93*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Diederichsen, Diedrich (2002). »And then they move, and then they move – 20 Jahre später.« In: Ders., *Sexbeat*. Köln: Kiepenheuer & Witsch (Neuausgabe), S. I-XXXIV.
- Diederichsen, Diedrich (2006). »Indie im Kampf mit dem Index. Über das Verhältnis von Pornographie und Popkultur.« In: *Texte zur Kunst*, H. 64: Porno, S. 37-47.
- Diederichsen, Diedrich (2007). »Allein mit der Gesellschaft. Was kommuniziert Pop-Musik?« In: *Das Populäre der Gesellschaft. Systemtheorie und Populärkultur*. Hg. v. Christian Huck und Carsten Zorn. Wiesbaden: VS, S. 322-334.
- Diederichsen, Diedrich (2010). »Queerbeet.« In: *Musikexpress*, Nr. 11, S. 30-31.

- Diederichsen, Diederich (2011). »Diskursverknappungsbekämpfung, vergebliche Intention und negatives Gesamtkunstwerk: Christoph Schlingensiefel und seine Musik.« In: *Christoph Schlingensiefel. Deutscher Pavillon 2011. 54. Internationale Kunstausstellung La Biennale Di Venezia*. Hg. v. Susanne Gaensheimer. Köln: Kiepenheuer & Witsch, S. 183-190.
- Diederichsen, Diederich / Jacke, Christoph (2011). »Die Pop-Musik, das Populäre und ihre Institutionen. Sind 50 Jahre genug? Oder gibt es ein Leben nach dem Tod im Archiv? Ein Gespräch.« In: *Pop, Populäres und Theorien. Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft*. Hg. v. Christoph Jacke, Jens Ruchatz und Martin Zierold. Münster u.a.: LIT, S. 79-110.
- Doehring, André (2011). *Musikkommunikatoren. Berufsrollen, Organisationsstrukturen und Handlungsspielräume im Popmusikjournalismus (= texte zur populären musik 7)*. Bielefeld: transcript.
- Düllo, Thomas (2011). *Kultur als Transformation. Eine Kulturwissenschaft des Performativen und des Crossover*. Bielefeld: transcript.
- Fischer-Lichte, Erika (2003). »Performance, Inszenierung, Ritual. Zur Klärung kulturwissenschaftlicher Schlüsselbegriffe.« In: *Geschichtswissenschaft und »Performative Turn«*. *Ritual, Inszenierung und Performanz vom Mittelalter bis zur Neuzeit*. Hg. v. Jürgen Martschukat und Steffen Patzold. Köln u.a.: Böhlau, S. 33-54.
- Fischer-Lichte, Erika (2004). *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Foertsch, Dörte (2010). »Stichwort: Wie authentisch ist authentisch?« In: *Kontext. Zeitschrift für systemische Therapie und Familientherapie* 41, Nr. 3, S. 230-232.
- Frith, Simon (1996). *Performing Rites. On the Value of Popular Music*. Cambridge: Harvard University Press.
- Frith, Simon (2007). »Live Music Matters.« In: *Scottish Music Review* 1, Nr. 1, S. 1-17.
- Früchtel, Josef / Zimmermann, Jörg (2001). »Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines gesellschaftlichen, individuellen und kulturellen Phänomens.« In: *Ästhetik der Inszenierung. Dimensionen eines künstlerischen, kulturellen und gesellschaftlichen Phänomens*. Hg. v. dens. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 9-47.
- Funk, Wolfgang / Krämer, Lucia (2011). »Vorwort: Fiktionen von Wirklichkeit – Authentizität zwischen Materialität und Konstruktion.« In: *Fiktionen von Wirklichkeit. Authentizität zwischen Materialität und Konstruktion*. Hg. v. dens. Bielefeld: transcript, S. 7-23.
- Grossberg, Lawrence (2010). *We gotta get out of this place. Rock, die Konservativen und die Postmoderne*. Wien: Löcker.
- Hahn, Kornelia (2009). *Entfernte Kommunikation. Zur Soziologie fortgeschrittener Medienkulturen*. Konstanz: UVK.
- Jacke, Christoph (2004). *Medien(sub)kultur. Geschichten – Diskurse – Entwürfe*. Bielefeld: transcript.
- Jacke, Christoph (2009a). *Einführung in Populäre Musik und Medien*. Münster u.a.: LIT.
- Jacke, Christoph (2009b). »»Rektales Reinigungserlebnis«. Unterhaltung und Medienkritik in Zeiten des latenten Als-ob.« In: *Konstruktion von Kommunikation in der Mediengesellschaft. Festschrift für Joachim Westerbarkey*. Hg. v. Klaus Merten. Wiesbaden: VS, S. 175-194.
- Jacke, Christoph (2010). »Figurenkonzepte in der Popmusik.« In: *Formen der Figur. Figurenkonzepte in Künsten und Medien*. Hg. v. Rainer Leschke und Henriette Heidbrink. Konstanz: UVK, S. 133-154.
- Jacke, Christoph (2011). »Public Images Unlimited: Multimediale Gesamt-Texte. Imagekonstruktionen von Popmusik-Stars in Musikclips und darüber hinaus.« In:

- Image(u)ilder. Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Videoclips.* Hg. v. Thomas Mania, Henry Keazor und Thorsten Wübbena. Münster: Telos, S. 72-95.
- Jacke, Christoph (2012). »Meta-Stars: Ausdifferenzierung und Reflexivierung von prominenten Medienfiguren als Stars in der Popmusik.« In: *Celebrity Culture. Stars in der Mediengesellschaft.* Hg. v. Caroline Y. Robertson-von Trotha. Baden-Baden: Nomos (im Druck).
- Jooß-Bernau, Christian (2010). *Das Pop-Konzert als para-theatrale Form. Seine Varianten und seine Bedingungen im kulturell-öffentlichen Raum.* Berlin und New York: Walter de Gruyter.
- Keller, Katrin (2008). *Der Star und seine Nutzer. Starkult und Identität in der Mediengesellschaft.* Bielefeld: transcript.
- Leonard, Marion (2007). *Gender in the Music Industry. Rock, Discourse and Girl Power.* Aldershot und Burlington: Ashgate.
- Lindberg, Ulf / Guðmundsson, Gestur / Michelsen, Morten / Weisethaunet, Hans (2005). *Rock Criticism from the Beginning. Amusers, Bruisers, and Cool-Headed Cruisers.* New York u. a.: Peter Lang.
- Marshall, David P. (2006). *Celebrity and Power. Fame in Contemporary Culture. 5th Edition.* Minneapolis/London: University of Minnesota Press.
- Marshall, David P. (2010). »The Promotion and Presentation of the Self: Celebrity as Marker of Presentational Media.« In: *Celebrity Studies* 1, Nr. 1, S. 35-48.
- Meyers, Erin (2009). »Can You Handle My Truth?«: Authenticity and the Celebrity Star Image.« In: *Journal of Popular Culture* 42, Nr. 5, S. 890-907.
- Moore, Allan (2002). »Authenticity as authentication.« In: *Popular Music* 21, Nr. 2, S. 209-223.
- Moser, Sibylle (2008). »Dem Ich Stimmen geben: Pop Lyrics als Medium der Selbstdarstellung.« In: *Inszenierte Erfahrung. Gender und Genre in Tagebuch, Autobiographie, Essay.* Hg. v. Renate Hof und Susanne Rohr. Tübingen: Stauffenburg, S. 185-208.
- Power, Nina (2011). *Die eindimensionale Frau.* Berlin: Merve.
- Reynolds, Simon (2011). *Retromania. Pop Culture's Addiction to Its Own Past.* London: Faber and Faber.
- Rösing, Helmut (1993). »Rockmusik als ›Gesamtkunstwerk‹? Zusammenfassung und Ausblick.« In: *Spektakel/Happening/Performance. Rockmusik als ›Gesamtkunstwerk‹.* Hg. v. dems. Mainz: Villa Musica, S. 113-115.
- Saupe, Achim (2012). »Authentizität. Version: 2.0.« In: *Docupedia-Zeitgeschichte*, 22. 10., https://docupedia.de/zg/Authentizit.C3.A4t_Version_2.0_Achim_Saupe?oldid=84810 (Stand vom 10.11.2012).
- Schäfer, Benjamin (2011). »Popkritik und Popkanon. Möglichkeiten und Probleme der Erforschung von Musikjournalismus als kanonbildender Instanz in der Populärkultur.« In: *Pop, Populäres und Theorien. Forschungsansätze und Perspektiven zu einem prekären Verhältnis in der Medienkulturgesellschaft.* Hg. v. Christoph Jacke, Jens Ruchatz und Martin Zierold. Münster u. a.: LIT, S. 165-184.
- Schumacher, Eckhard (2001). »Re-make/Re-Model – Zitat und Performativität im Pop-Diskurs.« In: *Zitier-Fähigkeit. Findungen und Erfindungen des Anderen.* Hg. v. Andrea Gutenberg und Ralph J. Poole. Berlin: Erich Schmidt, S. 271-291.
- Schumacher, Eckhard (2002). »Performativität und Performance.« In: *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften.* Hg. v. Uwe Wirth. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 383-402.
- Seeblen, Georg (2011). »Traum- und Fickmaschinen.« In: *Spex. Magazin für Popkultur*, H. 330, S. 106-107.

- Smudits, Alfred (1993). »Rock-Konzerte als Elemente des Marketing-Gesamtkunstwerks. Der sich verändernde Stellenwert von Rock-Konzerten unter dem Einfluss der Mediatisierung der »lebendigen Darbietung.« In: *Spektakel/Happening/Performance. Rockmusik als »Gesamtkunstwerk«*. Hg. v. Helmut Rösing. Mainz: Villa Musica, S. 107-112.
- Strub, Christian (1997). »Trockene Rede über mögliche Ordnungen der Authentizität. Erster Versuch.« In: *Authentizität als Darstellung*. Hg. v. Jan Berg, Hans-Otto Hügel und Hajo Kurzenberger. Hildesheim: Universität Hildesheim, S. 7-17.
- Sutter, Tilmann (2010). *Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien*. Wiesbaden: VS.
- Taylor, Charles (1995). *Das Unbehagen an der Moderne*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Thornton, Sarah (1996). *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Hanover und London: Wesleyan University Press.
- Weisethaunet, Hans / Lindberg, Ulf (2010). »Authenticity Revisited: The Rock Critic and the Changing Real.« In: *Popular Music and Society* 33, Nr. 4, S. 465-485.

Filmographie

Mulholland Drive (2001). Regie: David Lynch. Dt. Titel *Straße der Finsternis*. DVD, Concorde 2002.

Abstract

This paper provides a theoretical and historical survey of discourses on authenticity in pop culture and music. First, the important role of authenticity for popular culture and music generally is made clear. Selected concepts and discourses of pop authenticity are presented and commented upon. A particular focus is laid on the apparent contradiction of authenticity (natural) and pop (artificial). Moreover, the subject of »authenticity pop« is considered, that is celebrities, genres and formats of popular music which work with and are (now) negotiating this concept.

Second, two possible ways out of the dilemma of many discourses on authenticity are outlined, linking them directly to personalization in the form of stars and celebrities and using examples. On the one hand, there is the (admittedly somewhat fundamentalist) abandonment of any concept of authenticity in thinking about pop musicology in media-cultural societies such as our own. On the other, there is a differentiated introduction of a kind of second-order authenticity (in debates) for and in pop. This approach shows an important sensitivity for different categories of media performances such as popular music. A synthesis of these oppositions is presented in a brief concluding section: A focus in analyses should be put on the acteurs and the ways of descriptions of what is called authentic by who in which kind of performative and media format.