

Vom Fake zu funk: Authentizität als Fetisch der Sozialen Medien

Robert Dörre

Spätestens mit dem Aufkommen der Sozialen Medien gewinnen solche medialen Selbstentwürfe öffentliche Aufmerksamkeit, die vorgeblich der Sphäre des Privaten entstammen. Um die in diesem Zusammenhang produzierten medialen Artefakte – vor allem Texte, Bilder und Videos des Selbst – entstand ein gesellschaftlicher und akademischer Diskurs, den die Frage nach der Authentizität als wesentlichem Topos leitet. Dabei muss betont werden, dass in Sozialen Medien beständig mediale Umwelten emergieren, in denen ganz eigene Kriterien von Authentizität verfolgt, kritisiert und verhandelt werden. Zentrales Anliegen des Textes ist es, diese Formierung und Wandlung von Authentizitätsvorstellungen am Beispiel der Selbstdokumentation auf Plattformen wie YouTube, Snapchat und Instagram zu beschreiben. In Anlehnung an das von Thomas Weber in mehreren Publikationen eingeführte Konzept des medialen Milieus (vgl. Weber 2017a: 207–221; Weber 2017b: 3–26; Weber 2017c: 91–122; Weber 2018: 110–118) schlage ich dahingehend vor, von einer milieuspezifischen Authentizität Sozialer Medien zu sprechen.

Milieuspezifische Authentizität

Mit dem Authentizitätsbegriff sind unzählige verschiedene Vorstellungen verknüpft bzw. werden damit in unterschiedlichen Zusammenhängen unterschiedliche Dimensionen adressiert.¹ Wovon ist also die Rede, wenn ich mit Blick auf das Phänomen der Selbstdokumentation in Sozialen Medien von Authentizität spreche? Die Verwendung des Begriffs zielt im Folgenden auf zwei

1 Für einen konzisen und systematisierten Überblick kann man den unlängst erschienen Band von Erik Schilling konsultieren (Schilling 2020: 9–52).

Aspekte, die beide an die Person geknüpft sind, die sich zu dokumentieren vorgibt. Zum einen bewegt sich der Begriff hier entlang einer etymologischen Linie, die aus dem Griechischen stammt und »zum Urheber (einer Tat) in Beziehung stehend« (Knaller 2006: 18) bedeutet.² Als authentisch gilt in diesem Sinne, wer sich *selbst* dokumentiert. Zum anderen ist damit eine Form der Aufrichtigkeit gemeint, die im Verhältnis der »Intention des Subjekts und einem von ihm gesendeten Zeichen, etwa einer Aussage oder einer Handlung« (Schilling 2020: 39) zu suchen wäre. Authentisch ist in diesem Sinne, wer sein *Selbst* aufrichtig dokumentiert.

Ganz gleich, ob die Möglichkeit einer autonomen und/oder wahrhaftigen Dokumentation überhaupt existiert – dass der Eindruck einer authentischen Expression des Selbst im obigen Definitionsradius gelingt, ist vom aktuellen Status der verwendeten Ausdrucksmittel und den jeweils wirkmächtigen Legenden der Authentizität abhängig (vgl. Wortmann 1997: 135f.). Diese Beobachtung legt nicht nur nahe, Authentizität auf der Ebene der Rezeption – sozusagen als Qualität dokumentarischer Lektüre (vgl. Odin 2019: 33ff.) – zu verorten, sondern bekräftigt auch eine Einsicht, die sich in der Tradition pragmatischer Medientheorie durchgesetzt hat: Der Kontext der Rezeption übt einen starken Einfluss darauf aus, was als authentisch akzeptiert wird und wie sich die damit verbundene Erfahrung entfaltet (vgl. Odin 2002: 43f.; Hattendorf 1994: 18; Kessler 1998: 67). Es ist demnach durchaus kontingent, ob eine personenbezogene Form der Authentizität ein wesentliches Kriterium der Rezeption darstellt und – wenn dem so ist – was bzw. wer als authentisch gelesen wird.

Diese Kontextsensitivität der Lektüre kann mit Thomas Webers Modell des medialen Milieus erklärt werden, das bereits explizit auf dokumentarische Formate und ihre variierenden Glaubwürdigkeitskriterien Bezug nimmt. Weber versteht den Begriff – in Abgrenzung z.B. zu sozialen Milieus, wie sie in der Sozialwissenschaft diskutiert werden – als »medienökologische Kategorie« (Weber 2017b: 14), die die Entstehung von Kriterien wie Glaubwürdigkeit als »Zusammenspiel aller Akteure in einem medialen Feld« (ebd.: 13) beschreibbar macht.³ Vereinfacht gesagt bilden *mediale Milieus* also Kontexte,

2 Auch das lateinische *authenticum* bezieht sich darauf, dass ein Text tatsächlich von dem Verfasser bzw. der Verfasserin stammt, dem bzw. der er zugeschrieben wird (vgl. Doll 2012: 28f.).

3 In Anlehnung an Bruno Latour schließt Weber damit menschliche wie nicht-menschliche Akteure – also angewendet auf Soziale Medien z.B. auch Plattformen, Algorithmen, Interfaces usw. – mit ein (vgl. Weber 2017b: 13ff.).

die je eigene »Rahmungen« vornehmen, wodurch ein medialer Beitrag in unterschiedlichen Milieus eine je »andere ›Bedeutung‹ bekommen kann.« (Weber 2017c: 112) Mit Roger Odin könnte man auch sagen, dass innerhalb des Rahmens, der in medialen Milieus durch das Zusammenspiel verschiedener Akteure entsteht, »Bedeutung entlang derselben Achse der Relevanz« (Odin 2019: 64) produziert wird.⁴ Wenngleich ich also die Rezeption als Gradmesser von Authentizitätsvorstellungen anlege, spielen bei ihrer Entstehung gerade auch die Ebenen der Produktion und Distribution eine entscheidende Rolle (Weber 2017b: 9f.).

In Sozialen Medien haben sich indes verschiedene mediale Milieus der Selbstdokumentation entwickelt, von denen das Milieu der sogenannten Influencer_innen mittlerweile wohl das bekannteste darstellt. Dabei lässt sich nicht nur feststellen, dass »in den jeweiligen medialen Milieus jeweils andere, modalisierte, kurz, milieuspezifische Glaubwürdigkeitskriterien gelten« (ebd.: 24), sondern auch die personenbezogene Authentizität als milieuspezifisch wandelbar erscheint. Ich möchte meine Überlegungen zu dieser milieuspezifischen Authentizität im Folgenden anhand dreier Beispiele darlegen, die zu verschiedenen Zeitpunkten zu den bekanntesten Formaten der jeweiligen Plattform (YouTube und Snapchat) gehörten. Diesen Umstand haben sie nicht zuletzt einer wesentlichen Gemeinsamkeit zu verdanken: Ihre Rezeptionsgeschichte eint in gewisser Hinsicht der Topos der Täuschung, und es verwundert vor dem Hintergrund der Beschäftigung mit Authentizität wohl kaum, dass die Vorstellung einer In-Authentizität sich nicht selten als notwendiger Gegenpart – sozusagen als dialektische Kehrseite des Konzepts – bewährt (Schilling 2020: 31).

Es gilt aber bereits eingangs zu betonen: Die untersuchten Beispiele und ihre Rezeption zeugen durchaus davon, dass mittlerweile ein ambivalenter Umgang mit selbstdokumentarischen Beiträgen und ihren Authentifizierungsversuchen herrscht, der auch darauf hinweist, dass sich in den *Milieus* der Netzkultur eine neuartige »medienästhetische Kompetenz« (Mertens 2009: 144) herausgebildet hat. Diese ermöglicht es schließlich, Fakes und Täuschungen in spielerischer Manier selbst dann als authentische Artefakte zu behandeln, wenn ihr in-authentischer Status bereits offenkundig geworden ist. In dieser Hinsicht kann Authentizität in Sozialen Medien als Fetisch verstanden werden, der auf einer absichtsvollen Verkenntung beruht.

4 Odins Konzept der »Kommunikationsräume« weist in dieser Hinsicht eine theoretische Verwandtschaft zum Konzept des medialen Milieus auf.

lonelygirl15

2006 betrat eine Figur die noch junge YouTube-Bühne, die es aus zwei Gründen schon bald zu einiger Berühmtheit bringen sollte. Zum einen konnte sie mit den Einblicken in ihren Alltag viele Rezipient_innen von der Authentizität ihrer Darbietung überzeugen, zum anderen stellte sich kurze Zeit danach heraus, dass die angeblich 16-jährige Teenagerin eigentlich von einer 19-jährigen Schauspielerin verkörpert wurde, hinter der wiederum ein Team stand, das Handlung und Produktion der Videos arrangierte (vgl. Näser 2008: o. S.). Nicht erst die Aufmerksamkeit um diese Enthüllung zeugt jedoch davon, dass der Topos autonomer und wahrhafter Dokumentation für die Beschaffenheit des *medialen Milieus*, das sich entlang der Praktik der Selbstdokumentation auf YouTube formte, von zentraler Bedeutung war.⁵ Die Ereigniskette von der ersten Veröffentlichung bis zur Aufdeckung und die damit verbundene Dynamik des Lektüre-Prozesses kann hierüber im Weiteren Aufschluss geben.

Noch bevor die Figur der einsamen *Bree* auf dem Kanal *lonelygirl15* das erste Mal in persona zu sehen war, wurden dort bereits zwei Mashup-Videos veröffentlicht, die mit aktuellen Ereignissen und Tendenzen des noch recht überschaubaren *medialen Milieus* resonierten und sich deshalb einiger Aufmerksamkeit sicher sein konnten (vgl. Davis 2006: o. S.; Hillrichs 2016: 71; Otto 2013: 243f.; Regener 2009: 311). Die Videos bezogen sich ganz konkret auf zu dieser Zeit bekannte YouTuber_innen und waren darüber hinaus mit entsprechenden *Tags* versehen, sodass auch eine erhöhte Chance bestand, in den algorithmisch generierten Vorschlägen zu landen, sobald man Videos der entsprechenden Kanäle rezipierte (vgl. Hillrichs 2016: 316; Otto 2013: 252). Effekt dieses referenziellen Vorspiels war aber nicht nur die gewonnene Aufmerksamkeit, genauso bedeutend scheint das damit gesendete Signal: Ich gehöre bereits zur Gemeinschaft dazu, ich besitze das dafür benötigte Wissen über ästhetische Praktiken, verstehe die zugehörigen Zeichensysteme, kenne die aktuellen Entwicklungen und teile den milieuspezifischen Humor.

5 Es ist aus dieser Perspektive bemerkenswert, dass im direkten Anschluss an die Enthüllung das Lemma »YouTube« in der Wikipedia um den Punkt »Authentizität der Inhalte« ergänzt wurde (vgl. Näser 2008: o. S.). Bis heute weist der Abschnitt mit Bezug auf *lonelygirl15* darauf hin, dass die Videos »mit dem Anschein verbreitet [wurden], von Privatpersonen hergestellt und veröffentlicht worden zu sein«. Siehe hierzu: https://de.wikipedia.org/w/index.php?title=YouTube&diff=next&oldid=21673609#Authentizität_der_Inhalte [abgerufen am 16.07.2024].

Weitergeführt wurde diese Strategie auch im dritten Video des Kanals, in dem die Schauspielerin Jessica Lee Rose nun das erste Mal als *Bree* vor die Kamera trat und ein weiteres Mal ihre Zugehörigkeit zur Gemeinschaft der YouTuber_innen explizit markierte, indem sie sich erneut auf populäre Personen des *medialen Milieus* bezog, die ihr angeblich sympathisch seien und denen sie zu folgen vorgab (vgl. Creeber 2011: 388; Hillrichs 2016: 71; Kuhn 2014: 7; Otto 2013: 243f.).

Die genannten Strategien gingen auf. Bis zur Enthüllung hatten schon beinahe eine Million Menschen die Serie gesehen (vgl. Davis 2006: o. S.). Was sie so beliebt machte, sorgte jedoch zugleich für Misstrauen: Auf der einen Seite waren die zumeist kurzen Clips für die damaligen Verhältnisse ästhetisch überaus elaboriert, es wurde unter anderem mit rhythmischen Schnitten, avancierten Bildkompositionen und nachträglich editiertem Sound gearbeitet (vgl. Kuhn 2014: 5). Auf der anderen Seite ließ auch die Konturierung eines seriellen Plots mit einschlägig dramaturgischen Zügen und die Integration weiterer Akteur_innen (z.B. von Brees Freund Daniel) in das Serienensemble allmählich Zweifel an der Entstehungslegende der Videos aufkommen (vgl. Creeber 2011: 389f.; Cresci 2016: o. S.; Hillrichs 2016: 71f.; Otto 2013: 246). Offensichtlich entsprachen diese Elemente nicht mehr den vertrauten Authentizitätskonventionen des medialen Milieus, schließlich ist Authentizität immer auch »als Ergebnis von Strategien der Wiedererkennung« (Knaller 2006: 22) zu begreifen.

Die beginnenden Zweifel mussten dennoch zunächst Spekulation bleiben, weil die Aufrichtigkeit der auftretenden Personen schlechterdings »nicht intern falsifizierbar[.]« (Doll 2012: 366) war. So ungewöhnlich und konstruiert sie manchen erschienen, es bedurfte textexterner Bestätigungen des Verdachtes. Die restliche Chronik der Aufdeckung liest sich daher nicht ganz überraschend wie eine Detektivgeschichte: In einem Forum finden sich zunächst drei Gleichgesinnte zusammen, die einen Plan entwickeln, um die Geschichte von *lonelygirl15* zu überprüfen (vgl. Cresci 2016: o. S.; Rushfield/Hoffman 2006: o. S.). Höhepunkt der gemeinschaftlichen Ermittlung bildet eine Finte, die sich durchaus als eine Form der Gegen-Täuschung interpretieren lässt. Die Genannten erstellten zunächst das Fake-Myspace-Profil eines 17jährigen, in das eine Tracking-Software zur Rückverfolgung der IP-Adresse der Besucher_innen integriert wurde. Im Namen dieses vermeintlichen Teenagers schrieben die drei eine E-Mail an die offizielle Adresse der angeblich so einsamen YouTuberin, um sie auf die präparierte Myspace-Seite zu locken. Da die Antwortmail zeitlich mit einem Besuch auf der Myspace-Seite zusammenfiel

und die Seite über mehrere Stunden nur diesen einen Besuch verzeichnete, lag die Vermutung nahe, dass es sich auch dabei um *lonelygirl15* handeln musste. Die getrackte IP-Adresse konnte schließlich der Talentagentur *Creative Artists Agency* in Beverly Hills zugeordnet werden, was den vagen Fiktions-Verdacht zementierte (vgl. Ahrens 2006: o. S.; Cresci 2016: o. S.; Heffernan/Zeller 2006: o. S.; Hillrichs 2016: 72; Rushfield/Hoffman 2006: o. S.). Auch für diese Täuschung hat man sich also bereits solcher Praktiken bedient, von denen zu vermuten ist, dass sie zum üblichen Repertoire der Fans einer YouTuberin gehören: elektronische Fan-Post.

Nachdem die drei das Resultat ihrer spektakulären Aktion veröffentlicht hatten, meldeten sich am 7. September schließlich auch die Produzent_innen unter dem Namen »The Creators« mit einer Erklärung im *Lonelygirl15*-Forum zu Wort (vgl. Ahrens 2006: o. S., Hillrichs 2016: 72; Rushfield/Hoffman 2006: o. S.). Die Identität der Person hinter *Bree* wurde darin jedoch ostentativ ausgespart:

»To Our Incredible Fans, Thank you so much for enjoying our show so far. We are amazed by the overwhelmingly positive response to our videos; it has exceeded our wildest expectations. With your help we believe we are witnessing the birth of a new art form. Our intention from the outset has been to tell a story – A story that could only be told using the medium of video blogs and the distribution power of the internet. [...] Right now, the biggest mystery of *Lonelygirl15* is ›who is she?‹ We think this is an oversimplification. *Lonelygirl15* is a reflection of everyone. She is no more real or fictitious than the portions of our personalities that we choose to show (or hide) when we interact with the people around us.«⁶

In Anbetracht der keinesfalls nur »overwhelmingly positive response« wird mit dem Post sicherlich zunächst versucht, die Schauspielerin Jessica Rose zu schützen. Die Etikettierung als neue Kunstform ist aber auch als Bemühung zu verstehen, die Vorwürfe derer zu entkräften, die angenommen hatten, einen authentischen Einblick in das Leben von *Bree* zu bekommen. Es ist dennoch auffällig, wie stark die Macher_innen hier auf theatrale Rollenstrategien abheben, die ja nicht nur, wie Goffman dargelegt hat, zum Repertoire unserer alltäglichen Rollendarstellung gehören (vgl. Goffman 1983: 19ff.), sondern

6 Der Eintrag im Forum *lonelygirl15* ist online verfügbar unter www.lg15.com/forum/vietopic.php?t=36 [abgerufen am 16.07.2024].

insbesondere als Stilmittel des medialen Milieus galten, in dem sich *lonelygirl15* bewegte und in das sie sich offensiv einschrieb. Damit wird auch auf rhetorischer Ebene letztlich *der* Unterschied zu anderen Video-Blogs nivelliert, der in der Rezeption nie bestanden hat. Täuschungen wie der Fall von *lonelygirl15* »sind in diesem Sinne keine Monstren, die außerhalb bestimmter diskursiver Praktiken stehen, sondern später im Diskurs sanktionierte Ausnahmen, die bis zu einem bestimmten Zeitpunkt die Regeln bestätigen« (Doll 2009: 274). Während andere Video-Blogs – so wie es die Produzent_innen in ihrem Post nahelegen – die Fiktionalisierung des Alltags thematisieren, dokumentiert *lonelygirl15* doch viel mehr die Fiktionalisierungstendenzen im eigenen medialen Milieu.⁷

Auf weiteren detektivischen Umwegen fand man zeitnah auch die Identität der Schauspielerin hinter *Bree* heraus, die sich daraufhin zum Teil massiven verbalen Angriffen ausgesetzt sah (vgl. Davis 2006: o. S.; Heffernan/Zeller 2006: o. S.; Näser 2008: o. S.). Während nun manche Zuschauer_innen nach der Aufdeckung erbozt auf die Täuschung reagierten oder das dokumentarische Gebaren der Videos für verwerflich hielten, zeigten andere schlicht kein Interesse an der Serie mehr, wieder andere fühlten sich von der Spurensuche und Aufdeckung unterhalten oder waren gar von den medienreflexiven Implikationen des Falls fasziniert (vgl. Doll 2012: 388; Hillrichs 2016: 185f.; Näser 2008: o. S.; Otto 2013: 249). Burgess und Green beschreiben in letzterem Sinne eine instruktive Beobachtung, die sie auf die Missachtung der dominanten »ideology of authenticity« (Burgess/Green 2009: 29) durch *lonelygirl15* zurückführen:

»The possibilities of inauthentic authenticity are now part of the cultural repertoire of YouTube [...]. Trying to figure out how much of a given YouTuber's acting is real [...], or how big their production team is [...], demonstrates reflexive knowledge about the construction of YouTube videos that is now part of the mode of participation within the site – indeed a kind of game is built around the race to do the detective

7 Aus Dolls Foucault-Lektüre lässt sich sogar ableiten, dass etwas überhaupt erst vor dem Hintergrund der Herausbildung diskursiver Regeln, die bestimmen was »im Wahren« (Foucault zit.n. Doll 2012: 47) ist, als Fake, Fälschung oder Täuschung erscheinen kann. Wäre die Achse der Relevanz des medialen Milieus, in dem *lonelygirl15* reüssieren konnte, nicht auf Authentizität hin ausgerichtet, wäre die diskursive Etikettierung als Täuschung gar nicht denkbar.

work involved in busting or confirming the myth of authenticity in each new case.« (Ebd.)

Der erfolgreiche Fortgang der Serie nach der Aufdeckung führt aber deutlich vor Augen, dass es sich dabei nicht länger um ein einseitiges Enthüllungsspiel handelt, sondern die *ideology of authenticity* und das Prinzip der *inauthentic authenticity* mittlerweile so gut verstanden wurde, dass daraus viel komplexere und undurchdringlichere Täuschungen entstehen konnten. Befördert durch die stetige Veränderung des Figurenensembles bot sich im Verlauf der Serie immer wieder aufs Neue die Möglichkeit, ein »Authentizitätsspiel« (Kuhn 2014: 13) zu initiieren. Im Zuge der Integration neuer Figuren, deren offizielle Zugehörigkeit zum »Erzählkosmos« (Kuhn 2014: 15) häufig nicht direkt verifiziert wurde, nutzten zum einen Vertreter_innen der Community ihre Chance, sich als Teil der Serie zu inszenieren, zum anderen wurden aber auch offizielle Figuren vereinzelt so eingeführt, dass sie als außerhalb des *Erzählkosmos* stehend erscheinen konnten (vgl. Kuhn 2014: 12–18). Das Fehlen eines einheitlichen Integrationsmodus – eines standardisierten Verfahrens, das festlegt, wie Figuren Teil der diegetischen Welt werden – öffnete Tür und Tor für neuerliche Rätsel, die indes nicht mehr um die Frage nach authentisch oder nicht-authentisch kreisten, sondern die im Kern auf den Status einer *inauthentic authenticity* zielten. Von allen angesprochenen Figuren war ja bereits bekannt, dass sie fiktional sein mussten und trotz der Tatsache, dass sie auch weiterhin textintern den Anschein des dokumentarischen Videoblogs beibehielten, konnte es nunmehr nur noch darum gehen festzustellen, ob sie auch von offizieller Seite dazu bestimmt waren, Teil der diegetischen Welt zu sein. Das zu Beginn der Serie mit der Aufdeckung erworbene Wissen um die *ideology of authenticity* erlaubte es den Rezipient_innen der Serie also, neue medienkompetente Rezeptionspraktiken zu entwickeln. Der Fall von *lonelygirl15* zeigt aber auch, wie sich die Kriterien von Authentizität innerhalb *medialer Milieus* verändern und anpassen können – ein Umstand, der sich für das zweite Beispiel *GreenTeaGirlie* schließlich als verhänglich herausstellte.

GreenTeaGirlie

Ein halbes Jahr nach der beschriebenen Aufdeckung erblickte der Kanal *GreenTeaGirlie* die Welt, der bei vielen sofort Erinnerungen an die Videos von *lonelygirl15* wachrief (vgl. Szope 2008: 2ff.). Zwar sollten die Ähnlichkeiten der beiden Kanäle nicht überschätzt werden, zumindest der Figurentypus und die

Ästhetik der Videos weisen aber strukturelle Äquivalenzen auf, und auch der ähnlich anmutende Name hat sicher einen Teil zu den direkten Assoziationen beigetragen.⁸ Zudem versucht auch *GreenTeaGirly* (alias *Kallie*) sich im angestammten medialen Milieu zu verorten, indem sie direkt in ihrem ersten Video der Hoffnung Ausdruck verleiht, von der Community herzlich empfangen zu werden (vgl. Lischka 2007: o. S.). Sie wurde es nicht. Anders als *Bree*, bei der die Reaktionen sehr gemischt ausfielen und sich die Skepsis erst allmählich steigerte (vgl. Hillrichs 2016: 72), erfuhr *GreenTeaGirly* von Beginn an hauptsächlich ablehnende, respektive misstrauische Reaktionen (vgl. Lischka 2007: o. S.; Näser 2008: o. S.). Damit ist *GreenTeaGirly* ein Parade-, wenngleich auch Extrembeispiel für die Kontextsensitivität authentizitätsbezogener Rezeptionspraktiken. Näser bemerkt hierzu: »Nahezu die selben Strategien der Authentisierung, die einst bei *Lonelygirl15* noch funktioniert hatten, bewirkten hier das Gegenteil und führten von Beginn an zu Misstrauen.« (Ebd.)

Da die vormaligen Glaubwürdigkeitskriterien des *medialen Milieus* gerade erst in Bewegung geraten waren, hatte *GreenTeaGirly* einen denkbar schwereren Stand als ihre vermeintliche Vorgängerin, bei der zunächst zumindest weitgehend davon ausgegangen wurde, dass es eine faktische Person hinter dem Pseudonym gibt und sich diese nicht als fiktionale Figur erweist. An den Reaktionen zeigt sich aber auch, dass die oben attestierte Medienreflexivität nicht umfassend gültig ist, schließlich hatte man sich bei *GreenTeaGirly* einfach darauf verlegt, den Spieß umzudrehen, und war von vornherein mehrheitlich von einem Fake ausgegangen. Das *mediale Milieu* war mittlerweile für die Möglichkeit der Vortäuschung von Authentizität sensibel, wenn nicht gar empfänglich geworden.

Matthew Foremski, der schon eine tragende Rolle bei der Identifizierung von Jessica Lee Rose gespielt hatte, wusste diese neuen Bedingungen für ein weiteres Authentizitätsspiel zu nutzen. Er sorgte bewusst für Verwirrung, indem er den Verdacht einer Marketingkampagne dadurch in die Welt setzte, dass er eigens unter *GreenTeaGirly.com* eine Webseite registrierte, die die YouTuberin mit einem Teehandel in Verbindung brachte. Eine Recherche der *L.A. Times* enthüllte letztendlich nicht nur diese Verstrickung, sondern wusch *GreenTeaGirly* auch vom Verdacht der Identitätstauschung frei – demnach war *Kallie* tatsächlich einfach eine Teeverkäuferin mit eigenem YouTube-

8 Eine riskante dramaturgische Konturierung, wie sie bei *lonelygirl15* zu beobachten war, wurde hier, wenn überhaupt, von außen durch die stetigen Verdächtigungen induziert – ein intrinsischer Plot ist hingegen nicht auszumachen.

Kanal, die sich selbst dokumentierte und damit viel stärker den vormaligen Authentizitätsvorstellungen genügte, die mittlerweile irritiert worden waren (vgl. Sarno 2007: o. S.).

Martin Doll weist dahingehend darauf hin, dass die Entlarvung von Täuschungen immer auch »mit Verschiebungen des sie authentifizierenden Kriterienkatalogs einher[geht]« (Doll 2012: 418). An *GreenTeaGirlie* lässt sich so gesehen beispielhaft zeigen, wie der noch vor *lonelygirl15* überaus akzeptierte Gedanke, jede Selbstpräsentation (von der im Alltag bis hin zu der im Netz) trage notwendigerweise auch kalkulierte und inszenierte Züge, nicht länger – weder in der Rezeptionsgeschichte des Kanals noch in der Hintergrundrecherche der *L.A. Times* – Beachtung findet. Der Fall von *lonelygirl15* scheint also nicht nur ermöglicht zu haben, manche Video-Blogs als Fakes zu diskursiveren, er scheint im Zuge dessen auch zu einer Vereindeutigung der Lektüre geführt zu haben, die in ihrer Folge die einstige Akzeptanz hybrider Formen und Stile erschwerte:

»GreenTeaGirlie ist bestrebt[,] sich authentisch zu geben. Sie verzichtet auf Untermalungen, spricht direkt in die Kamera und sieht von Manierismen ab. Dennoch ist ihr Auftritt durchdacht. In ihrem Bestreben sich geltend zu machen, kommt sie nicht umhin[,] sich dem Verdacht der Inszenierung auszusetzen.« (Szope 2008: 5)

Obwohl Dominika Szope vielfach auf die Überlegungen Erving Goffmans zur performativen Selbstdarstellung eingeht (vgl. ebd.: 3ff.), die den Fokus bekanntlich auf die *Konstruktion* eines Selbstbildes und den *Eindruck* dieses Bildes auf Andere legen (vgl. Goffman 1983: 189ff.), bleibt ihre Einschätzung noch einer essentialistischen Vorstellung von Authentizität verhaftet, die dasjenige, was geplant ist oder erscheint, aus dem Bereich des Authentischen ausschließt. Hätte Szope die kontemporären Rezeptionsgewohnheiten erraten können, wäre ihr Urteil sicher distanzierter ausgefallen, womit ich keine ahistorische Kritik formulieren, sondern darauf aufmerksam machen möchte, dass mediale Formen, die im gegenwärtig wirksamen *medialen Milieu* verankert sind, nur schwerlich mit Abstand betrachten werden können, weil die Kriterien für Authentizität erst dann als solche lesbar werden, wenn sie entweder ausreichend stabilisiert sind (vgl. Weber 2017a: 208) oder ihre Stabilität – z.B. durch Entlarvung von Fakes – perturbiert wird (vgl. Doll 2012: 418). Mittlerweile – das folgende Beispiel von *iam.serafina* verdeutlicht das exemplarisch – wird über das Verhältnis von Inszenierung und Authentizität

jedenfalls anders gesprochen: Es gilt als akzeptiert, dass die Dokumentation des Selbst vor potenziellem Publikum eine der Sphäre des Privaten entthobene Szenerie darstellt, die durch dieses Herausgehobensein in gewisser Weise schon auf ihrer Inszeniertheit beharrt.⁹

iam.serafina

Seit 2016 verantwortet der gemeinsame Jugendkanal von ARD und ZDF (*funk*) eine transmediale Serie, die die Anmutung gegenwärtiger selbstdokumentarischer Formate in Sozialen Medien hat und zunächst vor allem auf der Plattform Snapchat, später aber auch auf YouTube, Instagram und TikTok distribuiert wurde – mit zum Teil verschiedenen plattformspezifischen Inhalten. Die ersten 15 Staffeln über lief diese Serie unter dem Namen *iam.serafina* und wurde später mehrfach umbenannt, zumeist gemäß der Protagonistin, die im jeweiligen Staffellyklus im Mittelpunkt stand.¹⁰ Für meine Darstellung konzentriere ich mich aber lediglich auf erstere, die bis ins Jahr 2019 ausgestrahlt wurde. Worum es inhaltlich bei *iam.serafina* ging, kann man der Internetseite der Serie immer noch entnehmen:

»iam.serafina« ist die erste Serie auf Snapchat: Auf den ersten Blick wirkt Serafinas Account wie das Videotagebuch einer ganz normalen Userin. Aber der große Unterschied ist: Sie snappt auch dann, wenn andere die Kamera aus lassen würden. In Wahrheit ist die Geschichte nämlich inszeniert und wird live von einem Team nach einem Drehbuch produziert. Serafina träumt davon, irgendwas mit Mode zu machen. Auf ihrem Weg dahin teilt sie ihr komplettes Leben, ihre Gefühle und ihre Gedanken mit ihren Followern – ihre erste Liebe, und ihre erste große Enttäuschung genauso wie ekstatische Partynächte, das schale Gefühl im falschen Bett aufzuwachen oder den Moment, in dem sie realisiert, dass sie selbst das Praktikum bei der berühmten

9 Einen ähnlichen Effekt beschreiben Martínez und Weixler am Beispiel von Selfies auf Instagram, die häufig eine Form »inszenierte[r] Authentizität« (Martínez/Weixler 2019: 53) exponieren, die von den Akteur_innen des medialen Milieus dezidiert als Rezeptionsphänomen anerkannt wird (vgl. ebd.: 53f.).

10 Mit *iam.josephina*, *iam.meyra* und *iam.justmyself* sind entsprechend Formate lanciert worden, die zwar nicht alle der gleichen diegetischen Welt entspringen, aber auf den gleichen narrativen Prinzipien und Distributionsweisen beruhen und zum Teil als Fortsetzung oder Spin-Off von *iam.serafina* bzw. voneinander vermarktet werden.

Designerin vermässelt hat, weil sie die Nacht davor einfach zu lange Party gemacht hat.«¹¹

Zwei Aspekte dieser Beschreibung, deren Parallelität kontraintuitiv scheint, sind im hiesigen Kontext hervorzuheben. *iam.serafina* wurde als fiktionales Videotagebuch vermarktet, und der kurze Beschreibungstext verrät sogar, welchem Genre des Fernsehens die Serie wohl nachempfunden ist: der Seifenoper (vgl. Stollfuß 2019: 514). Dessen ungeachtet folgt im Text auf die Erklärung der Produktionsumstände eine ungebrochene Beschreibung des Sujets – eben so, als sollte wieder vergessen werden, dass Serafina eine fiktionale Figur in einer Snapchat-Seifenoper ist. Diesen Eindruck noch verstärkend wird nahegelegt, Serafina könnte noch aufrichtiger bzw. noch wahrhafter sein als ihre dokumentarischen Pendants, weil sie nicht selektiert, sondern alles zeigt – alles, was im Drehbuch steht, müsste man hinzufügen.

Noch verschlagener wird dieses Vexierspiel in einem kurzen Making-of der Serie betrieben, das auf dem YouTube-Kanal des bayerischen Jugendkanals *PULS* zu finden ist, der, wiederum im Auftrag von *funk*, die Serie produzierte.¹² So zeigt das knapp vierminütige Video Serafina eben nicht hinter, sondern in den Kulissen, die während der Drehzeit, folgt man der Produktionslegende, über mehrere Wochen zugleich als Unterkunft für die Darsteller_innen fungierten. Suggestiv wird dann auch gefragt: »Bei so viel Verschmelzung zwischen Fiktion und *Real Life*, wird's da auch in echt stressig?« (TC: 00:01:50-00:01:54). Serafinas Replik: »Ich glaub 24/7, boaaa ich glaub das wird schon echt, das wird schon echt hart, vor allem, weil ich kein eigenes Zimmer hab'. Ich hab' keine Privatsphäre.« (TC: 00:01:57-00:02:04) In der Abwesenheit von Privatsphäre kann demzufolge einfach alles als Teil der Serie ernst genommen werden. Die implizite Annahme: Eine Trennung zwischen Set und Garderobe, zwischen Vorder- und Hinterbühne, zwischen Öffentlichem und Privatem existiere hier nicht.

Diese Strategie erstreckt sich bis auf die Ebene von Darstellerin und Figur: Gespielt wurde Serafina in der Serie nämlich von der Schauspielerin Franca Serafina Bolengo und angesichts dessen verwundert es nicht, dass im Making-

11 Online-Zugriff unter: <https://presse.funk.net/format/iam-serafina/> [abgerufen am 16.07.2024].

12 Video: *iam.serafina – Hinter den Kulissen bei der ersten Snapchat-Soap der Welt* || *PULS*. Online-Zugriff unter: <https://www.youtube.com/watch?v=3Y3koksYVCo> [abgerufen am 16.07.2024].

of auch die Frage »Wie viel Franca steckt denn nun in Serafina?« (TC: 00:02:25-00:02:28) gestellt wurde. Die Antwort lässt erneut aufhorchen: »Schon ein Teil, also das is' auch mein Zweitname. Wir haben zusammen entschieden, dass der ganz gut dazu passt, von daher fühl ich mich der Rolle eigentlich noch näher. Aber es fühlt sich manchmal komisch an, so viel preiszugeben von seinem Leben – und in der Zeit ist das ja mein tatsächliches Leben.« (TC: 00:02:32-00:02:48) Bevor aber zu schnell der Eindruck entsteht, hier rolle eine nächste Welle des *method acting* an, bei der das Einfühlen in die fiktionale Persona direkt mitgefilmt wird, vollführt die Sprecherin aus dem Off eine erneute rhetorische Volte: »Ganz wie im echten Leben ist's dann doch nicht. Obwohl die Snapchat-Soap auf Improvisation setzt, gibt es eine vorgegebene Handlung und einen Drehplan.« (TC: 00:02:49-00:02:58)

Daran wird anschaulich, wie durch das abwechselnde strategische Offenbaren und Verdecken der Produktionsumstände auch die Rezipient_innen von *iam.serafina* zu einem Lektüre-Spiel animiert werden. Dessen Regeln lauten: Sei dir bewusst, du verfolgst hier ein fiktionales Geschehen, bedenke aber, wenn du dich darauf einlässt, dann kannst du eine ganz neue Erfahrung von Authentizität erleben. Die Serie ist deshalb nicht als Täuschung oder Betrug zu verstehen, sondern schafft innerhalb der Rahmenbedingungen des *medialen Milieus* die Möglichkeit für ein illudierendes Spiel, wie es bei *lonelygirl15* nicht von vornherein, sondern erst nach der Aufdeckung initiiert werden konnte. Der ludische Duktus der Serie lädt förmlich dazu ein, sich seinen eigenen Fake zu erschaffen. Die Gestaltung der Videos und Fotos sichert darüber hinaus den spielerischen Schein ästhetisch ab, indem nicht einfach willkürlich irgendwelche Beiträge auf den diversen Plattformen veröffentlicht werden, sondern dabei die Bedingungen der jeweiligen *medialen Milieus* Berücksichtigung finden (vgl. Stollfuß 2019: 515).

So reihten sich auf Snapchat beispielsweise zehnsekündige Videos und Bilder zu einer Geschichte zusammen, die nach 24 Stunden wieder gelöscht wurden. Das Videobild war, passend zur Idee einer mobilen Nutzung der App vertikal ausgerichtet, die Aufnahmen aus der Hand gedreht und die Postproduktion auf die durch Snapchat bereitgestellten Filter und Effekte beschränkt. Die eigentliche Authentizitäts-Pointe stellten aber die Kommunikationsmodalitäten bei Snapchat dar, die, anders als bei vielen Plattformen der Selbstdokumentation, keine öffentlichen sind. Aufgrund dieser Konzeption der Plattform als Messenger war es zwar möglich, mit Serafina direkt in Kontakt zu treten, Kommentierung oder Bewertung der Videos selbst war hingegen ausgeschlossen (vgl. ebd.: 515f.). Dadurch konnten alle Zuschauer_innen die Regeln des Re-

zeptions-Spiels nach eigenem Gusto auslegen; ein gemeinschaftlich konstituierter Lektüremodus, der das Format im Konsens als dokumentarisch, fiktional, pseudo-authentisch oder hybrid diskursiviert, wurde hingegen sichtlich erschwert. Wer weiß schon, was Serafina den anderen auf ihre Fragen antwortet?

Und dennoch erwiesen sich die Kriterien der Authentizität auch im Fall von *iam.serafina* als milieuspezifisch: Während auf Snapchat vorwiegend kurze Videos (sogenannte Snaps) in Echtzeit geteilt wurden, fand man auf dem YouTube-Kanal der Serienfigur stattdessen typische YouTube-Formate wie *Hauls*, *Beauty-Tutorials* oder *Challenges*, die die entsprechenden ästhetischen Konventionen des jeweiligen Formates berücksichtigten und z.T. wesentlich aufwendiger montiert waren als die Beiträge auf Snapchat. Bei Instagram konnte hingegen sowohl die Serie selbst in Form sogenannter Instagram-Stories – ebenfalls kurze, zu Clips gereimte Videos und Bilder – rezipiert als auch eine überbordende Galerie von Selfies bewundert werden. Ihr Auftreten auf verschiedenen Kanälen und Profilen unterstützte also die Anmutung von Serafina als hauptberuflicher Influencerin, deren Selbstentwurf sich inter- und transmedial über verschiedene Plattformen hinweg so konstituierte, wie es für dieses *mediale Milieu* typisch ist.

Im Unterschied zu Snapchat war es nun bei anderen Plattformen aber möglich, auf die Beiträge zu reagieren. Die Bilder bei Instagram passten, die fiktionale Produktionslegende unterstützend, in aller Regel zum Plot der Serie. Wenn die Folge beispielsweise von Serafinas erstem Tag in einer Modeschule handelte, wurde ein entsprechendes Bild, das sie in dieser Schule zeigen sollte, bei Instagram eingestellt. Zusätzlich richtete sie in dem zugehörigen Post die Frage »Wo würdet ihr gerne mal hin, um ein bisschen Abstand zum Alltag zu bekommen?« an ihre Follower_innen, die mit der fiktionalen Figur daraufhin in einigen Fällen so korrespondierten, als existierte diese auch vormedial als Person.

In den Kommentaren (Abb. 1) offenbart sich schließlich aber kein naiver Glaube oder gar eine geglückte Täuschung, sondern die Kommunikation mit der Figur funktioniert gerade deshalb, weil man sich auf das Spiel mit der Illusion, das mittlerweile Teil der Authentizitätsbedingungen des *medialen Milieus* ist, bewusst einlässt. Es mag vereinzelt dazu kommen, dass jemand dieses Spiel aufgrund der Tatsache nicht durchschaut, dass die Legende der Serie einfach nicht bekannt ist; eine häufig anzutreffende Variante des Kommentars (Abb. 2) versteht aber auch diese Vermutung mit einem großen Fragezeichen.

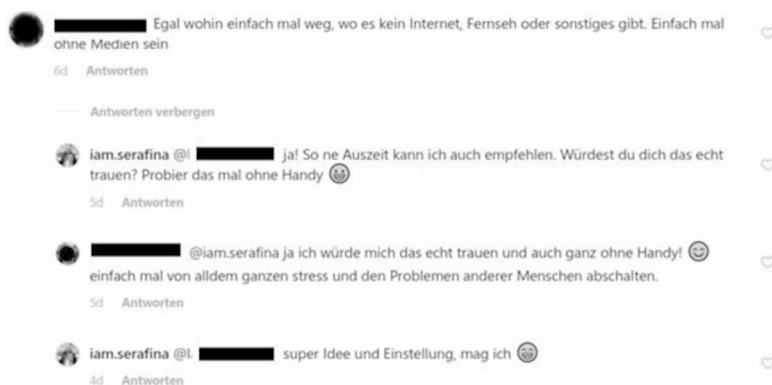
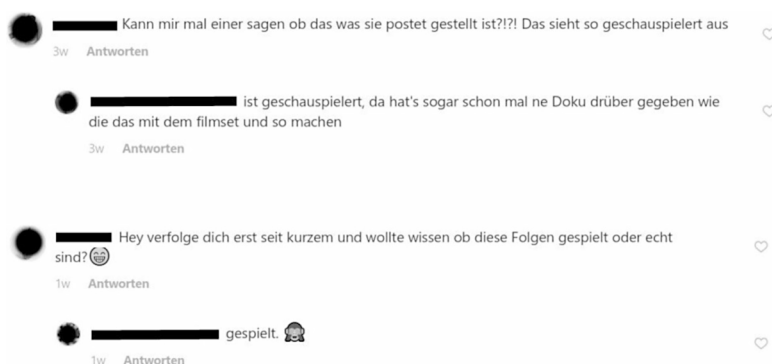
Abb. 1: Beispiel für eine schriftliche Korrespondenz mit den Rezipient_innen¹³

Abb. 2: Kommentare, die sich auf die Authentizität der Figur beziehen



Anhand der Kommentare in Abb. 2 lässt sich exemplarisch nachvollziehen, dass auch ohne Kenntnis der Produktionslegende Zweifel am authentischen Charakter der Serie aufkommen können. Zwar folgten auf solche Nachfragen

13 Die in den Abbildungen gezeigten Kommentare sind 2019 im Rahmen meiner Dissertation, die sich mit medialen Selbstentwürfen beschäftigt, als Screenshots gespeichert worden. Das Profil *iam.serafina* ist auf Instagram indes nicht länger auffindbar. Profilbilder und -namen, die auf konkrete Personen verweisen könnten, habe ich für diese Veröffentlichung geschwärzt.

so gut wie nie Antworten von Serafinas Profil, andere Akteur_innen des medialen Milieus klärten die Faktenlage dafür aber ziemlich unmissverständlich auf. Solche Nachfragen und Kommentare sind nicht nur Ausdruck einer milieuspezifischen Authentizität, sondern auch einer milieuspezifischen Medienkompetenz, die immer auch eine medienästhetische Kompetenz (»Das sieht so geschauspielert aus«) beinhaltet. Erst diese Kompetenz ermöglicht es überhaupt, sich dem angebotenen Spiel hinzugeben.

Und dennoch wird auch an diesem Beispiel deutlich, dass personenbezogene Authentizität weiterhin die zentrale »Achse der Relevanz« (Odin 2019: 64) in Sozialen Medien bildet. Auf welche Weise sich Serafina verhält, wird deshalb beständiger Prüfungen auf Nachvollziehbarkeit und Konsistenz unterzogen, ihre Figur wird bewertet, bemitleidet und bewundert. Wie schon nach der Aufdeckung des fiktionalen Status bei *lonelygirl15* ist es dahingehend bemerkenswert, wie häufig die eigentlich für die Serie naheliegende fiktionale Lektüre bewusst von den Rezipient_innen unterlaufen wird. Die Beispiele dekurvieren deshalb nicht den vermeintlich naiven Glauben derer, die sich – beabsichtigt oder nicht – täuschen lassen, sondern die Verfasstheit der jeweiligen milieuspezifischen Authentizität. Nichtsdestoweniger ist die Rezeption in beiden Fällen von einer gewissen Hingabe geprägt, die ich abschließend als *Fetisch der Authentizität* beschreiben möchte.

Authentizität als Fetisch

Der Rückgriff auf den Fetisch-Begriff zur Veranschaulichung authentizitätsgeleiteter Lektürewesen in Sozialen Medien mag zunächst begründungsbedürftig erscheinen, wird *Fetisch* doch in der Regel als Beziehung zu einem Objekt verstanden, dem gewisse Qualitäten zugeschrieben werden, die dieses Objekt wohl nicht besitzt. Fetische basieren also auf einem »projektiven Akt«, bei dem »der Fetischist selbst [...] den Fetisch und die Beziehung zu ihm konstruiert« (Böhme 2006: 17). Mir scheint, dass man authentizitätsgeleitete Lektüremodi in Sozialen Medien als ebenso projektive Akte beschreiben kann, die einem medialen Artefakt gewisse Attribute zunächst einmal lediglich zuschreiben. Aus dieser Sicht erscheint auch Authentizität als »Fetisch-Qualität« (Böhme/Endres 2010: 25), die nicht auf einer inhärenten Qualität des Artefakts beruht, sondern erst im Zuge der Lektüre projektiv übertragen wird. Im Rekurs auf Gérard Genette hat bereits Roger Odin diese Übertragungsleistung als Grundlage diverser Lektürequalitäten konstatiert:

»Das Objekt wird gesehen, als habe es die Werte, die das Subjekt ihm im Lauf der Lektüre zugeschrieben hat, doch das Subjekt denkt nicht, dies selbst getan zu haben: Es glaubt, dass die Werte im Objekt liegen. [...] das Wesentliche liegt nicht im Gehalt der mobilisierten Werte, sondern [...] in der Suche nach ihnen.« (Odin 2002: 47)

Obwohl man selbst-dokumentarische Artefakte sicher nicht als Objekte oder Dinge im strengen Sinne betrachten kann, erscheint mir *Fetisch* für die Beschreibung der aufgezeigten Lektüre als taugliche »heuristische Kategorie« (Antenhofer 2011: 9), die auch auf »Nicht-Dinge« (Böhme/Endres 2010: 25) anwendbar ist, zumal es im hiesigen Zusammenhang ohnehin um den projektiven Akt, nicht um das Fetisch-Objekt geht, denn dieses kann, der zugrundeliegenden Logik folgend, eine beliebige Projektionsfläche sein:

»Was ist ein Fetisch? Etwas, das für sich genommen nichts, sondern bloß die leere Leinwand ist, auf die wir irrigerweise unsere Phantasien, unsere Arbeit, unsere Hoffnungen und Leidenschaften projiziert haben.« (Latour 2015: 331)

Fetischisierung setzt also voraus, dass die Fetischist_innen den Gegenstand der Fetischisierung verkennen, indem sie ihn als etwas behandeln, das er nicht ist. Der Fetisch arbeitet demnach einer Illusion zu. Was jedoch auf den ersten Blick als naiver und unwissender Glaube an einen Schein wirken mag, gründet eigentlich in einer changierenden Haltung. Wie Böhme betont, ist Fetischisierung »ein bewusst gehandhabter Mechanismus, der in seiner inneren Struktur unbewusst bleibt« (Böhme 2006: 17); eine »Selbstverzauberung [...], [die] bis an die Grenzen ihrer Auflösung bewusst wird.« (Ebd.: 75) Er ist also eine Illusion und kann als solche »gleichermaßen durchschaut *und* massiv sein« (Voss 2013: 85; Hervor. im Orig.). Im Lichte dieser Erkenntnis wird auch die Verwandtschaft zwischen Fetisch und Spiel – das sich den etymologischen Ursprung mit der Illusion teilt (vgl. Voss 2013: 69; Koschorke 2013: 15) – erkennbar:

»Der Form nach betrachtet, kann man das Spiel also zusammenfassend als eine freie Handlung nennen, die als ›nicht so gemeint und außerhalb des gewöhnlichen Lebens stehend empfunden wird und trotzdem den Spieler völlig in Beschlag nehmen kann« (Huizinga 2009: 22)

Die absichtsvolle, aber spielerisch gebrochene Verknennung dehnt sich in Sozialen Medien zuweilen bis auf die Existenzannahmen, die gegenüber einzelner Figuren gemacht werden, aus. So blieb *lonelygirl15* auch nach der Enttarnung nicht nur eine durchaus beliebte¹⁴ YouTube-Serie, selbst das Wissen um die Produktionsbedingungen suspendierte die Aspekte einer Authentizitätsgeleiteten Lektüre nicht vollständig: So nahm etwa der Mailverkehr mit dem fiktiven Charakter nach der Enttarnung sogar zu (vgl. Davis 2006: o. S.) und im Forum von *lonelygirl15* blieb die Existenz von *Bree* trotz allem ein umstrittenes Thema. Immer wieder stellte man der fiktionalen Figur beispielweise per Mail eine Frage, deren Antwort man dann im Forum so erörterte, als ob sie einer realen Äußerungsinstanz entstammte. Dass es sich dabei um ein Spiel handelte, wurde immer spätestens dann betont, sobald jemand diese Praktik des *Als-ob* zu ridiculisieren versuchte. So verteidigt sich *spaciegirlreturn* im Forum gegen den Vorwurf der Dummheit und Naivität mit Verweis auf den ludischen Charakter der Korrespondenz mit *Bree*:

»[Y]eah, I'm a retard. I know there is no ›Bree‹ But no one else has tried to get info this way that I know of...so anything she tells me is legit as far as the plot goes. It's not really so stupid, it's like roll playing. It was worth a shot«

Und *rodrigogar* pflichtet kurzerhand bei:

»i agree, yeah we know its fake, but its a good way to try and get informatin [sic!] from the characters. After all, they are ›real‹ people posting their vlogs on youtube. i myself tried that approach today with daniel. lets see if he answers«¹⁵

Lässt man sich vom Fetisch des Authentischen in Beschlag nehmen, dann ist man wie im Spiel »zugleich wissend und betrogen« (Huizinga 2009: 33). Entgegen der Vermutung, dass Täuschungen und Fakes ausschließlich als negative Kehrseite des Authentischen wahrgenommen werden (vgl. Schilling 2020: 31), bilden sie in einigen Milieus der Sozialen Medien vielmehr ein »historisches Apriori« (Foucault 2018: 184) von Authentizitätserfahrungen. Authenti-

14 Nach der Aufdeckung konnte die Serie weiterhin hohe Aufrufzahlen verbuchen (vgl. Otto 2013: 250) und lief noch fast zwei Jahre weiter. Am Ende konnte man 547 Episoden in drei Staffeln verzeichnen (vgl. Cresci 2016: o. S.; Kuhn 2014: 5; Regener 2009: 313).

15 Einträge vom 27.09.2007. Forums-Betreff: *I Talked to Lonelygirl15*. Online-Zugriff unter: www.lg15.com/forum/viewtopic.php?t=1020 [abgerufen am 16.07.2024].

zität läuft also nicht automatisch auf ein Begehren nach Eindeutigkeit hinaus, wie es kulturkritische Theoretisierungen des Konzepts nahelegen, sondern nimmt die Ambiguität des Authentizitätsversprechens zum Ausgangspunkt eines Spiels, das aus der luziden Illusion einer Eindeutigkeit¹⁶ oder dem Ringen mit der Ambiguität einen rezeptiven Mehrwert bezieht.¹⁷

Interessant an diesem Spiel ist zudem die Rolle derer, die die Fetischist_innen beständig von ihrem vermeintlich falschen Glauben überzeugen wollen. Es herrscht nämlich nicht nur eine Lust an der Illusion vor, es existiert eine ebenso große Lust an ihrer Zerstörung. So machten sich schon bei *lonelygirl15* recht früh »die Ungläubigen« laut bemerkbar, »die allerdings ähnlich besessen von der Serie schienen wie diejenigen, die ihnen nur Neid unterstellten« (Otto 2013: 247). Gerade an diesem Beispiel zeigt sich also auch die »Naivität der illusionskritischen Strategien« (Voss 2013: 29).

»Das ist die peinliche Seite des Anti-Fetischismus: Es handelt sich immer um eine *Anklage*. Eine Person oder Gruppe wird der Leichtgläubigkeit angeklagt – oder schlimmer noch, der zynischen Manipulation naiver Gläubiger –, und zwar angeklagt von jemandem, der sicher ist, dass er selbst nicht auf die Illusion hereinfällt, und die anderen ebenfalls befreien will, sei es von ihrem naiven Glauben oder von ihrer zynischen Manipulation. [...] [I]n Wirklichkeit [ist es] der kritische Denker, der den Begriff des Glaubens und der Manipulation erfindet und ihn dann auf eine Situation *projiziert*, in der der Fetisch eine vollkommen andere Rolle spielt. [...] Anders als die Kritiker es sich immer ausmalen, erschreckt die »Eingeborenen« im bilderstürmerischen Schritt nicht die drohende Geste, die ihre Idole zertrümmern will, sondern der übertriebene Glauben, der ihnen vom Bilderstürmer *zugeschrieben* wird.« (Latour 2015: 332; Hervorh. im Orig.)

Der Fetisch (des Authentischen) stellt demnach ein Spiel dar, das von verschiedenen Parteien in Gang gehalten wird. Wie das Zitat von Latour nahelegt, ist entsprechend auch die vermeintliche Gegenseite nicht vor Fetischisierungen gefeit. Die Zuschreibung naiver Authentizitätsgläubigkeit ist also selbst als projektiver, fetischisierender Akt zu begreifen. Hierbei zeigt sich, dass der

16 Dieser »lustvolle Glauben an die Illusion« (Voss 2013: 56) lässt die von Voss konzedierte »Nähe der Illusion zu Wünschen« (ebd.: 68) noch einmal plastisch werden: »ach, wäre Bree doch nur real.«

17 Eine Position, die ich als in diesem Sinne kulturkritisch verstehe, bezieht z.B. Erik Schilling (vgl. Schilling 2020: 10–30).

Zweifel an der Glaubwürdigkeit medialer Selbstentwürfe und die Bemühungen, das Vertrauen in ihren dokumentarischen Status zu zerstören, zugleich Strategien darstellen, sich der Faszination des Authentischen zu entziehen. Doch verfallen auch jene, die sich auf die vorgestellten Täuschungen einlassen, nicht einfach der vermeintlichen Authentizität eines medialen Artefakts, denn dem Fetisch ist mithin ein subversives Potential eigen, das die kreative Aneignung selbst-dokumentarischer Beiträge erst ermöglicht. Trotz des Wissens um die Tendenzen zur Inszenierung und Ökonomisierung in Sozialen Medien gibt es deshalb ein Vergnügen, ja eine Lust, Beiträge als authentisch zu behandeln. Gleichzeitig verweist der Widerstreit zwischen den diversen Rezipient_innen ebenso sehr auf das »Irritationspotential« (Antenhofer 2011: 22), das dem Begriff des Fetischs innewohnt und das Dichotomisierungen wie authentisch und in-authentisch erst als solche kenntlich werden lässt (vgl. ebd.: 22f.). Wie ich versucht habe zu zeigen, erscheint Authentizität in Sozialen Medien daher nicht nur als leere Sehnsucht, sondern kann erfülltes Spiel sein.

Literatur

- Ahrens, Frank (2006): The Lessons of ›Lonelygirl‹: We Can Be Fooled, And We Probably Don't Care, online verfügbar unter <https://www.washingtonpost.com/archive/business/2006/09/17/the-lessons-of-lonelygirl-we-can-be-fooled-and-we-probably-dont-care/b406fcc1-a9a6-4ee5-a99e-9176ba9c26df/>, abgerufen am 16.07.2024.
- Antenhofer, Christina (2011): »Fetisch als heuristische Kategorie«, in: dies. (Hg.): Fetisch als heuristische Kategorie. Geschichte – Rezeption – Interpretation, Bielefeld: transcript, S. 9–38.
- Böhme, Hartmut (2006): Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne, Reinbek: Rowohlt.
- /Endres, Johannes (Hg.) (2010): Der Code der Leidenschaften. Fetischismus in den Künsten, München: Fink.
- Burgess, Jean/Green, Joshua (2009): YouTube. Online Video and Participatory Culture, Cambridge: Polity.
- Creeber, Glen (2011): »Online-Serien. Intime Begegnung der dritten Art«, in: Robert Blanchet et al. (Hg.): Serielle Formen. Von den frühen Film-Serials zu aktuellen Quality-TV- und Onlineserien, Marburg: Schüren, S. 377–396.

- Cresci, Elena (2016): »Lonelygirl15: how one mysterious vlogger changed the internet«, in: *The Guardian* vom 16.06.2016, online verfügbar unter <https://www.theguardian.com/technology/2016/jun/16/lonelygirl15-bree-video-blog-youtube>, abgerufen am 16.07.2024.
- Davis, Joshua (2006): »The secret world of Lonelygirl«, online verfügbar unter <https://www.wired.com/2006/12/lonelygirl/>, abgerufen am 16.07.2024.
- Doll, Martin (2009): »Dokumente, die ins Nichts weisen? TV-Fälschungen als Indikatoren der Modi journalistischer Wahrheitsproduktion«, in: Segeberg, Referenzen, S. 272–298.
- (2012): *Fälschung und Fake. Zur diskurskritischen Dimension des Täuschens*, Berlin: Kadmos.
- Foucault, Michel (2018): *Archäologie des Wissens*, 18. Aufl., Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1983): *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, 4. Aufl., München: Piper.
- Hattendorf, Manfred (1994): *Dokumentarfilm und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung*, Konstanz: Ölschläger.
- Heffernan, Virginia; Zeller, Tom (2006): »The Lonelygirl That Really Wasn't«, online verfügbar unter <https://www.nytimes.com/2006/09/13/technology/13lonely.html?ex=1159848000&en=3d6e55969951817a&ei=5070>, abgerufen am 16.07.2024.
- Hillrichs, Rainer (2016): *Poetics of Early YouTube. Production, Performance, Success*, Bonn: ULB, online verfügbar unter <https://bonndoc.ulb.uni-bonn.de/xmlui/handle/20.500.11811/6798>, abgerufen am 16.07.2024.
- Huizinga, Johan (2009): *Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel*, Reinbek: Rowohlt.
- Kessler, Frank (1998): »Fakt oder Fiktion. Zum pragmatischen Status dokumentarischer Bilder«, in: *montage AV* 7.2, S. 63–78.
- Knaller, Susanne (2006): »Genealogie des ästhetischen Authentizitätsbegriffs«, in: dies./Harro Müller (Hg.): *Authentizität. Diskussion eines ästhetischen Begriffs*, München: Fink, S. 17–35.
- Koschorke, Albrecht (2013): *Wahrheit und Erfindung. Grundzüge einer allgemeinen Erzähltheorie*, 3. Aufl., Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Kuhn, Markus (2014): »YouTube als Loopingbahn. lonelygirl15 als Phänomen und Symptom der Erfolgsinitiation von YouTube«, in: *Repositorium Medienkulturforschung* 2.6, S. 1–21.
- Latour, Bruno (2015): *Die Hoffnung der Pandora. Untersuchungen zur Wirklichkeit der Wissenschaft*, 5. Aufl., Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

- Lischka, Konrad (2007): »Youtube-Betrug. Fast zu schön, um wahr zu sein«, online verfügbar unter <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/youtube-betrug-fast-zu-schoen-um-wahr-zu-sein-a-481447.html>, abgerufen am 16.07.2024.
- Martínez, Matias/Weixler, Antonius (2019): »Selfies and Stories. Authentizität und Banalität des narrativen Selbst in Social Media«, in: *Diegesis* 8.2, S. 49–67.
- Mertens, Mathias (2009): »Einige Thesen zu Medienamateurpraxis am Beispiel Brickfilm«, in: Udo Göttlich/Stephan Porombka (Hg.): *Die Zweideutigkeit der Unterhaltung. Zugangsweisen zur populären Kultur*, Köln: Halem, S. 131–148.
- Näser, Torsten (2008): »Authentizität 2.0 – Kulturanthropologische Überlegungen zur Suche nach ›Echtheit‹ im Videoportal YouTube«, in: *kommunikation@gesellschaft* 9.2, online verfügbar unter https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/12710/B2_2008_Naaser.pdf, abgerufen am 16.07.2024.
- Odin, Roger (2019): *Kommunikationsräume. Einführung in die Semiopragmatik*, Hamburg: Tredition.
- (2002): »Kunst und Ästhetik bei Film und Fernsehen. Elemente zu einem semio-pragmatischen Ansatz«, in: *Montage AV* 11.2, S. 42–57.
- Otto, Ulf (2013): *Internetauftritte. Eine Theatergeschichte der neuen Medien*, Bielefeld: transcript.
- Regener, Susanne (2009): »Filmisches Selbstporträt. Max Kestners Dokumentarfilm *Rejsen på ophavet* als Reflexion auf den aktuellen Authentizitätscode«, in: Segeberg, Referenzen, S. 299–313.
- Rushfield, Richard/Hoffman, Claire (2006): »Mystery Fuels Huge Popularity of Web's Lonelygirl15«, in: *Los Angeles Times* vom 08.09.2006, online verfügbar unter <http://web.archive.org/web/20061016095426/www.latimes.com/entertainment/news/la-et-lonelygirl8sep08%2C0%2C5310001.story>, abgerufen am 16.07.2024.
- Sarno, David (2007): »Is she for real?«, online verfügbar unter <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2007-may-05-et-greentea5-story.html>, abgerufen am 16.07.2024.
- Schilling, Erik (2020): *Authentizität. Karriere einer Sehnsucht*, München: Beck.
- Segeberg, Harro (Hg.) (2009): *Referenzen. Zur Theorie und Geschichte des Realen in den Medien*, Marburg: Schüren.

- Stollfuß, Sven (2019): »Is This Social TV 3.0? On Funk and Social Media Policy in German Public Post-television Content Production«, in: *Television & New Media* 20.5, S. 509–524.
- Szope, Dominika (2008): »GreenTeaGirlie – Selbstdarstellung auf YouTube«, online verfügbar unter www.medienamateure.de/pdfs/SzopeSelbstdarstellung.pdf, abgerufen am 16.07.2024.
- Voss, Christiane (2013): *Der Leihkörper. Erkenntnis und Ästhetik der Illusion*, Paderborn: Fink.
- Weber, Thomas (2017a): »«Flüchtlingsbilder» in Transformation. Operationen des Übersetzens und Rahmens in medialen Milieus«, in: Claudia Benthien/Gabriele Klein (Hg.): *Übersetzen und Rahmen. Praktiken medialer Transformationen*, Paderborn: Fink, S. 207–221.
- (2017b): »Der dokumentarische Film und seine medialen Milieus«, in: Carsten Heinze/Thomas Weber (Hg.): *Medienkulturen des Dokumentarischen*, Wiesbaden: Springer, S. 3–26.
- (2017c): »Kinoerfahrungen als epistemologische Konstruktion einer gemeinsamen Erfahrungswelt. Mediale Milieus und ihre Praktiken«, in: Florian Mundhenke/Thomas Weber (Hg.): *Kinoerfahrungen. Theorien, Geschichte, Perspektiven*, Hamburg: Avinus, S. 91–122.
- (2018): »Mediale Milieus des Dokumentarischen und ihre epistemologische Relevanz«, in: Delia González de Reufels et al. (Hg.): *Film als Forschungsmethode. Produktion – Geschichte – Perspektiven*, Berlin: Bertz und Fischer, S. 110–118.
- Wortmann, Volker (1997): »Das kultische und das technische Bild. Legenden authentischer Darstellungen«, in: Jan Berg/Hans-Otto Hügel/Hajo Kurzenberger (Hg.): *Authentizität als Darstellung*, Hildesheim: Universität Hildesheim, S. 132–154.

