

Call for Papers

Workshop „Historische Authentizität und Medien“

„Medien“ und „Authentizität“ sind Begriffe, die in einer Spannung zueinander stehen. Denn ein Medium ist stets etwas Vermittelndes, eine Zwischeninstanz, während „Authentizität“ als Idealtypus gerade auf das Ursprüngliche, Unvermittelte zielt. Gleichwohl scheint historisch betrachtet beides eng miteinander verbunden: Jedenfalls fallen die Konjunktur des Authentischen und die Kritik an fehlender „Authentizität“ in das Zeitalter der „technischen Reproduzierbarkeit“ (Walter Benjamin), also jene Zeit seit dem späten 19. Jahrhundert, in der die Massenmedien zu zentralen gesellschaftlichen Instanzen aufgestiegen sind.

Der geplante Workshop möchte Beiträge zusammenführen, die sich empirisch oder theoretisch mit dem Verhältnis von Medien und Authentizität beschäftigen und dabei eine historische Perspektive einnehmen. Ziel der Veranstaltung ist es, Wissenschaftler/innen zusammenzubringen, die das spannungsreiche Verhältnis von Massenmedien und Authentizitätszuschreibungen bzw. -erwartungen insbesondere im Verlauf des ‚langen 20. Jahrhunderts‘ paradigmatisch analysieren bzw. die entsprechend methodisch reflektieren, was zu initiierte Studien leisten müssten. Willkommen sind dabei Beiträge aus historischer, medien- und kommunikationswissenschaftlicher, museologischer sowie sprach- und kulturwissenschaftlicher Sicht.

Denkbare Perspektiven und Fragestellungen können unterschiedliche Dimensionen des Themas adressieren:

Erstens interessieren **Strategien der historischen Authentisierung** in den Medien, wie sie sich etwa in populären Medienformaten wie historischen Dokumentationen und Spielfilmen finden. Dazu gehören ganz unterschiedliche Mittel, darunter der Einsatz von Zeitzeugen und Archivmaterial sowie ästhetische und dramaturgische Strategien. Paradoxerweise stellt sich hier also die Frage nach der Inszenierung des Authentischen. Das gilt auch für den Zusammenhang von sozialen Praxen der Selbstdarstellung und ihren medientechnologischen Grundlagen, beispielsweise in den Sozialen Netzwerken, der Celebrity-Culture oder für den Wandel politischer Kommunikation in den auf breite Zustimmung (oder zumindest deren Inszenierung) angewiesenen modernen Staaten.

Wenn Authentizität als Zuschreibungskategorie verstanden wird, d.h., wenn es Ergebnis diskursiver kultureller und gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse ist, was in unterschiedlichen, sich verändernden Kontexten jeweils für „authentisch“ gehalten wird, dann genügt es nicht, mediale Inszenierungsstrategien in den Blick zu nehmen. Vielmehr ist dann *zweitens* auch nach der **Rezeption/Aushandlung einschlägiger Repräsentationen** zu fragen. Was wird wann, wo und von wem für „authentisch“ gehalten und welchen medialen Darstellungen wird diese Qualität im Gegenteil nicht zugesprochen? Gegenstand entsprechender Analysen können die jeweiligen Mediendispositive sein: So wäre nach der Entstehung und anhaltender Wirksamkeit pauschaler Zuschreibungen wie dem Objektivitätspostulat gegenüber der Fotografie und dem Dokumentarfilm oder der Illusion von individueller Zeugenschaft beim Fernsehen zu fragen. Selbstverständlich gehören in diesen Zusammenhang auch *case studies* zu spezifischen medialen Artefakten, sozialen Gruppen und kulturellen Konstellationen.

Drittens stellt sich die Frage, **welche Wirkung der Medialisierungsprozess auf den Diskurs um Authentizität** hatte. Welchen Einfluss hatte beispielsweise die Erweiterung des Medienensembles um Fotografie, Film, Radio, Fernsehen und Computer auf die Vorstellungen von Authentizität? Stellt die moderne Sehnsucht nach „dem Echten“ gar eine Art Reflex auf die breite Durchsetzung der technischen Massenkommunikation dar? So ist beispielsweise zu vermuten, dass die starke Zunahme von audiovisuellen Angeboten im 20. Jahrhundert und die damit verbundene Konkurrenz um Aufmerksamkeit nicht ohne Rückwirkung auf Identitätskonzepte und den Authentizitätsdiskurs geblieben sind.

Darüber hinaus sind *viertens* Beiträge willkommen, die zur **theoretischen oder methodischen Reflexion des Verhältnisses von Massenmedien und Authentizität** im ‚langen‘ 20. Jahrhundert beitragen.

Der Call richtet sich sowohl an die Mitglieder des Leibniz-Forschungsverbundes Historische Authentizität als auch an unabhängige Forscher. Vorschläge in Form eines Exposé (max. eine Seite) sowie eine kurze Skizze zur Biografie (max. 1.500 Zeichen, max. drei Publikationen) senden Sie bitte bis zum 28. Februar 2017 an Herrn Dr. Achim Saupe: saupe@zzf-potsdam.de. Konferenzsprachen sind Deutsch und Englisch. Kosten für die An- und Abreise sowie für die Unterkunft werden übernommen.

- Termin:** 13.-14. Juli 2017
- Ort:** Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam
- Veranstalter:** Leibniz-Forschungsverbund Historische Authentizität; Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam; Hans-Bredow-Institut Hamburg
- Konzeption:** Dr. Hans-Ulrich Wagner
 Forschungsstelle Mediengeschichte
 Hans-Bredow-Institut
 Rothenbaumchaussee 36
 20148 Hamburg
 Tel. +49 (0)40 428 38 - 32 02
h.wagner@hans-bredow-institut.de
- Dr. Christoph Classen
 Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam
 Institut der Leibniz-Gemeinschaft
 Am Neuen Markt 1
 D-14467 Potsdam
 Tel.: +49 (0)331 28991-17
 Fax: +49 (0)331 28991-60
classen@zzf-potsdam.de