

# Das multimediale Rauschen

Der Theaterkritik droht die Marginalisierung – aber nicht wegen, sondern trotz des World Wide Webs

DETLEF BRANDENBURG

Was heute noch morgen ist, wird übermorgen schon gestern sein: Kaum ein Medium steht so sehr für diesen Looping des Wandels wie das World Wide Web. Aus seiner weitgehend immateriellen, seiner „virtuellen“ kommunikativen Struktur resultiert eine atemberaubende Flexibilität, die jedem findigen Kopf mit kaum mehr Kapital als einem leistungsfähigen Computer die Chance bietet, mit einer neuen Idee die Netzwelt neu zu knüpfen. Der Aufstieg von Facebook dauerte gerade mal sechs Jahre, vorhergesagt hat ihn keiner. Das Web lässt sich nicht prognostizieren – das mag ein Grund dafür sein, dass sich Debatten über das Netz so schnell ideologisch aufladen. Wo Fakten extrem vergänglich sind, können Spekulationen umso üppiger blühen.

Der gesamte Sektor der öffentlichen Informationsverbreitung wurde durch das Netz radikal umgekrempelt. Und damit auch die öffentliche Wahrnehmung von Kunst. Anfangs haben einige Musentempelhüter hier nur die Konkurrenz gesehen: Wer am Computer hockt, geht nicht ins Theater – eine der vielen Angstdebatten, die die Entwicklung des Netzes ebenso hartnäckig begleiten wie der Jubel der Euphoriker. Unstrittig ist: Das Netz ist vielleicht das erste Medium, das dem Theater in seiner Seinsform des multimedialen Hier und Jetzt wirklich auf den Fersen zu bleiben vermag. Es war noch nie so leicht, sich über Theater zu informieren, sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen, sich selbst als Theaterschaffender zu präsentieren. Verglichen mit dem noch vor 20 Jahren nötigen technischen Aufwand wäre es heute beispielsweise durchaus möglich, ein Multimedia-Ar-

chiv aller wichtigen neueren Inszenierungen ins Netz zu stellen, in dem sich jeder Theaterinteressierte jederzeit einen aktuellen Eindruck des Theaterlebens verschaffen könnte. Dass es

Zahlen erwirtschaftet. Und die sind bei einem Special-Interest-Angebot nicht zu erwarten.

Eine andere Ursache könnte aber in der spezifischen öffentlichen Wahrnehmung von Theater liegen. Theater ist auf die unmittelbare Präsenz der Zuschauer angewiesen, die kein noch so gutes Video ersetzen kann. Weil aber kein Zuschauer überall anwesend sein kann (und sich übrigens selbst in einem virtuellen Video-Archiv kaum



ein solches Archiv noch nicht gibt, hat viele Gründe. Vor allem wirtschaftliche, denn das Netz entwickelt sich entgegen allen idealistischen Utopien zu einem gigantischen Wirtschaftsraum, in dem Urheberrechte teuer verhandelt werden und Gewinnchancen die Perspektiven bestimmen. Gewinne werden aber vor allem über große Nutzer-

alle „wichtigen“ Inszenierungen angesehen (wichtiges könnte), spielt die sprachliche Rezension, die Theaterkritik, bei der Distribution von Theater seit je eine entscheidende Rolle. Sie verdankt ihre spezifische Authentizität der Subjektivität des Kritikers, der als mitfühlender,

mitassoziierender, miterlebender und am Ende urteilender Zuschauer auftritt. Die Kritik ist im Grunde ihrerseits eine Inszenierung: eine Selbstinszenierung des Kritikers mit sprachlichen Mitteln, die idealiter geeignet ist, den Leser die Aufführung aus der Perspektive eines Zuschauers (des Kritikers) nacherleben zu lassen. Ein Video ist natürlich dokumentarisch differenzierter und objektiver – aber die erlebnishafte Perspektivierung vermag es nicht zu ersetzen.

aufwendigere Seiten ist. nachtkritik.de wurde im Mai 2007 von den Theaterkritikern Petra Kohse, Esther Slevogt, Nikolaus Merck und Dirk Pilz sowie dem bildenden Künstler Konrad von Homeyer gegründet. Die achtköpfige Redaktion veröffentlicht zu ausgewählten Inszenierungen im deutschsprachigen Theater am Morgen nach der Premiere eine Theaterkritik, gut 40 Autoren berichten aus dem gesamten deutschsprachigen Raum. Daneben gibt es Presseauswertungen zu bestimmten Themen, Meldungen, Porträts, Debat-

nehmung von Theater angesprochen ist: die Verlagerung der traditionellen Theaterkritik weg aus den Tageszeitungen ins Netz.

**Von der Kunstkritik zum Debattenfeuilleton**

Traditionelle Medien stellen diese (und andere vergleichbare) Entwicklungen gern als Konkurrenzsituation dar, die den „Qualitätsjournalismus“ gefährdet: Weil das Netz kostenlos liefert, was Zeitungen und Zeitschriften für teures Geld anbieten, sei eine Mentalität des kostenlosen Informationsangebots entstanden, die dazu führe, dass keiner mehr für Qualitätsjournalismus mit hoher Professionalität zahlen will. Das ist aber noch nicht einmal die halbe Wahrheit. Die ganze Wahrheit kommt in den Blick, wenn man sich vor Augen führt, wie sehr regionale und überregionale Feuilletons sich bereits vorher ihrer Aufgabe als Chronisten des Theaterlebens entledigt haben: teils aus wirtschaftlichen, teils aus strategischen Gründen. Das strategische Stichwort zu dieser Entwicklung lieferte das *Debattenfeuilleton*, mit dem die Lösung des Feuilletons aus der Kunstreflexion hin zu einer Öffnung für alle Bereiche der Politik, Wirtschaft und natürlich auch der Kultur beschrieben wurde. Und die wirtschaftlichen Stichworte lauteten Quotendenken und Monopolisierung. Schon bevor das Web Anfang der 1990er Jahre seine ersten sehr zarten Blüten trieb, wucherte in den deutschen Printmedien eine von publizistischen Idealen kaum angefochtene Konkurrenz um Reichweiten und Einnahmen. Die Relevanz eines Artikels wurde weniger nach dem Inhalt als viel mehr nach der Leserquote bemessen, zudem verdrängten immer größere Konzerne immer mehr kleine Zeitungen.

**1 | Das Wirrwarr der Portale; Screenshot-Montage mit deutschem theaterverzeichnis, kultiversum, nachtkritik.de, Neuem Merker, Online Musik Magazin, Opernnetz, oper one, Tamino Klassikforum, theaterportal und Wikipedia.**



Das mag ein Grund sein, dass die Attraktivität der Theaterkritik auch im Netz ungebrochen ist. So ist es kaum verwunderlich, dass eines der erfolgreichsten deutschen Theaterportale, *nachtkritik.de*, bislang nur relativ sparsam auf multimediale Elemente setzt und dennoch präsenter als andere,

tenbeiträge, einen Redaktionsblog. Im Frühjahr 2009 war das Portal für den *Grimme-Online-Award* nominiert, laut eigener Homepage verzeichnete es im vergangenen November 136178 Visits und 907979 Seitenabrufe aus über 20 Ländern. Die Seite hat es zu einer Art Referenzstatus gebracht, wie ihn früher nur überregionale Tageszeitungen hatten. Womit eine der wichtigsten Umbruchzonen der öffentlichen Wahr-

nehmung von Theater angesprochen ist: die Verlagerung der traditionellen Theaterkritik weg aus den Tageszeitungen ins Netz. So entstand eine doppelte Monokultur: Kleine Printmedien, die sich an lokal oder interessenspezifisch begrenzte

Lesergruppen richteten, wurden durch große Konzernmedien verdrängt (gut zu beobachten im Ruhrgebiet mit seiner WAZ-Dominanz, siehe S. 20); ebenso wurden Fachressorts entsprechend ihrer Leserquoten ausgedünnt – und da rangierte das Feuilleton in der Regel

Wer heute in Schleswig, Rostock oder Ingolstadt am deutschen oder internationalen Theaterleben teilnehmen will, hat dank dem World Wide Web dazu weit bessere Möglichkeiten als vor 20 Jahren. Das Theaterleben von Schleswig, Rostock oder Ingolstadt allerdings

Und dann stellt sich in diesem Zusammenhang natürlich die viel diskutierte Frage: Schwarm-Intelligenz oder Qualitätsjournalismus? Natürlich stellt das Netz zu allen möglichen Themen ein Kompetenzcluster von schier erschlagender Masse bereit. Genau das ist aber das Problem: Masse ist nicht gleich Qualität – im Gegenteil: Oft verschwindet die Qualität in der Masse. Dieses Diffundieren der Kompetenz verstärkt sich noch durch das multimediale Rauschen, das das Zusammenspiel von Web-, Print- und Rundfunk-Medien, von Portalen, Social Networks, Communities, Newslettern, Apps, Video- und Tablet-Formaten inzwischen erzeugt: ein Angebot, dessen spezifischer Reichtum inzwischen stärker als über seine inhaltliche Relevanz und Qualität über seine mediale Struktur selbst wahrgenommen wird. Nicht die Unübersichtlichkeit der realen Ereignisse schafft hier Desorientierung, sondern das multimediale Diffundieren. Hinzu kommt eine strukturelle Schwäche der Schwarm-Intelligenz, die man selbst bei einem so ambitionierten Portal wie *Wikipedia* beobachten kann: Sie ist stark, wo viele die vielen Postings kontrollieren – und löcherig, wo sie sich auf entlegene Gebiete erstreckt. Der Schwarm ist in der Mitte am klügsten und an den Rändern am dümmsten – die Intelligenz des Netzes ist tendenziell eine Mainstream-Intelligenz.

## Der Schwarm ist in der Mitte am klügsten und an den Rändern am dümmsten – die Intelligenz des Netzes ist tendenziell eine Mainstream-Intelligenz.

ziemlich weit hinten zwischen Wirtschafts- und Wissenschaftsressort. So konnten Online-Portale in vielen Bereichen, vor allem denen der so genannten „Fachressorts“, ein Terrain besetzen, das viele (wenn auch längst nicht alle) Printmedien freiwillig geräumt hatten. Entsprechend schrieb Volker Corsten im *Freitag* (22. Juli 2009): „Doch das letzte Refugium für alles Sperrige wird nicht das Papier sein, sondern das angeblich so populistische Internet: Es bietet Platz, ist schnell und ideal für eine meinungs-freudige Gemeinde. Wer die Diskussion um den Tod der Zeitung verfolgt und den darin geäußerten Gedanken, man müsse die Zeitung als Kulturgut mit Subventionen unterstützen, der sieht an einem Beispiel wie *nachtkritik.de*, dass das Schützens- und Unterstützenswerte ganz woanders liegt.“

wird er dort nur bruchstückhaft finden – am ehesten dann, wenn es lokale oder regionale Printmedien in ihre Online-Seiten aufgenommen haben. Denn reine Online-Portale ohne Print-Verankerung sind strukturell ortlos; deshalb können sie gar nicht dasselbe leisten wie engagierte lokale Kulturre-daktionen: die kontinuierliche kritische Begleitung eines Theaters und seiner Künstler für eine speziell an diesem Theater interessierte Leserschaft.

Aus dem gleichen Grund fehlt solchen Portalen ein weiteres spezifisches Potential einer Lokal- oder Regionalzeitung: Portale definieren sich über Interessengruppen, Lokalzeitungen über regionale Zusammengehörigkeit. Letztere können deshalb Themen des Gemeinwesens so aufgreifen, dass sie über die spezielle Interessengruppe hinaus Aufmerksamkeit erregen. Ein Kommentar in der Lokalzeitung zu einer Aufsehen erregenden Inszenierung oder zu Kürzungsabsichten bei Kulturinstitutionen hat das Potential, nicht nur die Kulturliebhaber zu erreichen, sondern beispielsweise auch die für die Kürzung verantwortlichen Politiker. Und die wiederum wissen genau, dass so ein Kommentar eben nicht nur von ein paar Theaterliebhabern wahrgenommen wird. Das Netz dagegen vergisst zwar nichts. Aber es übersieht sehr viel, eben weil es so reich und vielfältig ist. Die regionale Interessen- und Aufmerksamkeitsbündelung einer Lokalzeitung erreicht es nur in Ausnahmefällen.

### Die strukturelle Heimatlosigkeit der Portale

Aber können die Portale die Lücke, die die Printmedien hinterlassen, wirklich füllen? Für viele User sicher. Sie können sich auf *nachtkritik* informieren oder sich auch der *kultiversum*-Community anschließen; Opernfans finden ein Zuhause beim *Online Musik Magazin* ([www.omm.de](http://www.omm.de)), bei *tamino* ([www.tamino-klklassikform.de](http://www.tamino-klklassikform.de)), *operapoint* ([www.operapoint.com](http://www.operapoint.com)) oder dem *Neuen Merker* ([www.der-neue-merker.eu](http://www.der-neue-merker.eu)) bis hin zu teilweise ambitioniert gemanagten Foren und Blogs der Theater.

### Schwarmintelligenz versus Qualitätsjournalismus

Unter diesen Vorzeichen ist es nicht verwunderlich, dass *nachtkritik.de* seine herausragende Stellung nicht primär der Schwarmintelligenz verdankt, sondern altmodischen Printmedien-Tugenden und deren geschickter Vernetzung mit den Foren-, Netzwerk- und Community-Strukturen des Webs 2.1: Aktualität, versierte Auswahl seiner Kritiken und Themen, professionelles Niveau seiner Autoren (darunter viele mit fundierter Print-Erfahrung).

Im Streit um Schwarmintelligenz und Qualitätsjournalismus liefert der Erfolg von nachtkritik nachhaltige Argumente für den letzteren – der aber findet bei nachtkritik im Netz statt. Und die Differenz bekommt jeder zu spüren, der sich in den Foren der verschiedenen Portale umtut. Hier überwiegt ein teils geschmäcklerischer, teils reizbarer, teils eitler Insider-Ton, auf dessen Unsachlichkeiten und Anfeindungen die nachtkritik-Redaktion nach einschlägigen Erfahrungen mit einer Filterung der Postings nach den Kriterien der Überprüfung von Tatsachenbehauptungen und dem Ausschluss von persönlichen Angriffen reagiert. Das aber heißt nichts anderes, als dass auch ein Forum eine professionelle redaktionelle Begleitung braucht, wenn es nicht ins Persönliche und Belanglose abgleiten soll. Es ersetzt nicht den Qualitätsjournalismus. Es setzt ihn voraus.

Deshalb ist es durchaus besorgniserregend, dass selbst ein Referenz-Portal wie nachtkritik es offenbar nicht schafft, aus seiner publizistischen Kompetenz einen Ertrag zu schlagen, der zumindest seine Existenz sichert. Ende Dezember veröffentlichte nachtkritik (ähnlich wie jetzt auch das hoch angesehene Kultur- und Medienportal *Perlentaucher*, das seit 11 Jahren besteht und laut Homepage monatlich 18000 Leser verzeichnet) einen Spendenaufruf: „Wenn Sie, die Theaterzuschauer, weiterhin erfahren wollen, was über die Aufführungen gesagt wird, die Sie interessieren; wenn Sie, die Theaterleute, sich auch künftig einen Überblick verschaffen wollen, was die Kollegen anderswo in der deutschsprachigen Theaterlandschaft gerade treiben; wenn Sie alle, die 90000 monatlichen Besucher von nachtkritik.de, diese unabhängige Plattform mit einem kleinen Betrag unterstützen, werden auch künftig 3000 Euro im Monat zusammenkommen, die wir benötigen, um nachtkritik.de zu sichern. Unterstützen Sie uns weiter mit Ihren Spenden!“ Das zeigt, wie brüchig das

wirtschaftliche Fundament für Qualitätsjournalismus im Netz (zumindest im Kulturbereich) nach wie vor ist. Dadurch werden auch die publizistischen Ressourcen solcher Portale begrenzt. Zu Hintergrundthemen jenseits eben der „Nachtkritik“ bleiben sie vielfach auf Printmedien und deren Auswertung angewiesen.

Versucht man, diese Eindrücke auf ein paar Grundlinien zu reduzieren, kommt man zu dem Schluss, dass Qualitätsjournalismus zunächst eine Frage der Haltung ist und keine des Mediums. Schöpften Print und Internet ihre spezifischen medialen Potentiale optimal aus, wäre ein komplementäres Zusammenspiel vorstellbar, bei dem jedes seine Stärken nutzt, um unterschiedliche Präferenzen möglicher Leser und unterschiedliche Aspekte möglicher Themen in unterschiedlicher Weise adäquat zu vermitteln. Die entscheidendere Frage ist, inwieweit Qualität in Zukunft finanzier- und wahrnehmbar bleiben wird – egal ob Print oder Online. Denn die professionelle Publikation von Minderheiten-Themen wie Kunst

## So montiert jeder sich an den Eingang zur großen weiten Datenwelt seine ganz persönlichen Scheuklappen.

und Wissenschaft scheint sowohl in den Print- wie in den Online-Medien gefährdet. Diese Tendenz wird noch verstärkt durch den primär kommerziell motivierten medialen Innovationsdruck, der sich aus dem technischen Fortschritt und seiner Vermarktung speist. Prononciert gesagt: Nutzern, die auf die entsprechenden Marketingkonzepte ansprechen, ist es weniger wichtig, die richtige Nachricht zu rezipieren, sondern eine Nachricht über das richtige Medium zu bekommen. Dadurch aber wird auch die Online-Publikation zunehmend teurer, und zusätzlich zur thematischen Unübersichtlichkeit des Netzes entsteht eine mediale Unübersichtlichkeit.

### Weisheit der Menge, Weisheit der Freunde

Vor diesem Hintergrund sieht sogar das Web selbst schon wieder alt aus. „The Web is dead“ erklärten Chris Anderson und Michael Wolff in der Titelgeschichte der Septemбераusgabe 2010 des *Wired Magazine*: Der traditionelle HTML-Datenverkehr mache nur noch ein knappes Viertel des gesamten Datenflusses aus, Social Networks, Videos und Apps seien auf dem Vormarsch. Ganz in diesem Sinne hat gerade Dan Rose, *Vice President Partnerships and Platform Marketing* beim weltweit größten sozialen Netzwerk Facebook, das über 600 Millionen Mitglieder meldet, auf Burdas Konferenz *Digital Life Design* prophezeit, dass die Schwarmintelligenz, die „Wisdom of crowds“, im Social Web durch eine „Wisdom of friends“ abgelöst werde. Und hat gleich frohlockt, dass Werbung, die den Namen von Freuden enthält, zu 60 Prozent mehr Beachtung finde. Eine seltsame Weisheit ist das: vorgefiltert durch das Weltbild der Gleichgesinnten, umstellt von kommerziellen App-Architekturen

und individuell maßgeschneiderten Werbekampagnen. So montiert jeder sich an den Eingang zur großen weiten Datenwelt seine ganz persönlichen Scheuklappen.

Droht also der Kultur und speziell der öffentlichen Wahrnehmung von Theater die Marginalisierung im multimedialen Rauschen des Mainstream? Bleibt dem Theater nur noch eine Orchideen-Nische im kommerziellen Netzwerk-Dschungel? Man kann es befürchten. Wissen kann man es nicht. Denn auch diese Schreckensvision könnte eine jener Netz-Ideologien sein, flugs überholt durch die nächste Revolution im World Wide Web.

