



Als wir den Schwerpunkt des Maiheftes *LichtSpielTheater* konzipierten, war uns sehr schnell klar, dass wir da nur auf eine Seite der Medaille würden schauen können: auf die rein künstlerische nämlich, wo zu sehen ist, welchen Reichtum Lichterzeugte, immaterielle Bühnenbilder dem Theater erschließen. Solche Illuminationen und Projektionen beamen ja mit einem Schlag den ganzen Reichtum digitaler Virtualität unters gute alte Theaterportal. Was einst in Holz, Pappmaché, Stahl oder Stoff mühsam hergestellt werden musste, zaubern die raschen Photonen im Nu herbei. Das ist verführerisch. Und es ist gefährlich. Denn wo die Möglichkeiten grenzenlos sind, braucht es umso nötiger: Regeln.

Vor allem aber muss sich das Theater eines klar machen. Es ist bei den digitalen Medien, die es sich so ins Haus geholt hat, nur ein Trittbrettfahrer. Denn die wurden ja nicht entwickelt, damit die Theaterleute damit schön spielen können. Sondern sie sind vor allem ein Kommunikationsmittel für alle. Sie haben den „Austausch“ der Menschen untereinander nicht nur schneller, interaktiver und vielschichtiger gemacht. Sie haben ihn durch die Gestaltungsmöglichkeiten des digitalen Datenstroms via Bildschirm auch in ungeahnter Weise ästhetisiert. Heute inszeniert sich jeder selbst: auf Facebook, Youtube, in Blogs, auf der eigenen Website. Und weil die Immaterialität dieses Datenstroms den Aufwand der öffentlichen Präsentation minimiert, sind alte Kommunikations-Monopole in sich zusammengebrochen und ganz neue Rituale des sozialen Verhaltens entstanden. Jeder kann heute „Sender“ sein, Publizist – und dabei immer auch sein eigener Regisseur. Wie aber verhält sich das Theater zu einer solchermaßen ästhetisierten Welt?

Wir beschreiben die digitalen Medien gern als „virtuell“. Aber durch die Allgegenwart grenzenloser Virtualität ist längst eine neue Form der Wirklichkeit entstanden. Und angesichts dieser Entwicklung ist die Frage, wie auch das Theater digitale Medien „nutzen“ kann, vielleicht noch nicht einmal die wichtigste. Geht es nicht viel dringlicher darum, wie es sich gegenüber dieser „digitalen Wirklichkeit“ positioniert? Nicht nur im Sinne einer schlichten „Stellungnahme“, was man daran gut findet und wovon man warnen möchte. Sondern auch im Sinne einer ästhetischen Neudefinition: Wie eigentlich muss Theater aussehen, das sich an eine Wirklichkeit richtet, in der sich soziale Rituale vom Partykeller oder aus der Kneipe in die Webportale verlagern; in der nicht mehr das sympathische Gesicht und die guten Manieren, sondern der Facebook-„Auftritt“ über Sympathie und Antipathie entscheiden; und in der jeder via Web jederzeit überall sein kann? Nicht dass das Theater das alles „abbilden“ sollte. Aber irgendwie muss es den neuen Puls der Interessenströme, den Takt der Neugier, den Lebensstil und das soziale Klima erfassen und dort seine Themen finden, muss Darstellungsmethoden für diese entwickeln, muss seine digital vernetzten Adressaten erreichen. Genau davon handelt unser Schwerpunkt **Theater und digitale Wirklichkeit**.

Wir beschreiben die digitalen Medien gern als „virtuell“. Aber durch die Allgegenwart grenzenloser Virtualität ist längst eine neue Form der Wirklichkeit entstanden.

Detlef Brandenburg
DETLEF BRANDENBURG