

Fata Morgana von Julian Mahid Carly

- I. Informationen zum Autor und Regisseur
- II. *Fata Morgana* – Inhalt und Figuren, Themen und Motive
- III. zur Inszenierung am Münchner Volkstheater
- IV. Anregungen für die Auseinandersetzung mit der Inszenierung und der Aufführung im Münchner Volkstheater
- V. Literaturhinweise und Internet-Links

Fata Morgana eignet sich zur Thematisierung in den Fächern **Deutsch** (z.B. zur Beschäftigung mit dem Gegenwartstheater; zur Auseinandersetzung mit dem Verhältnis von Inszenierung und Realität; zur Auseinandersetzung mit der Gestaltung und Wirkung von Social Media; zur Analyse von Aufführungen und Inszenierungen), **Sozialkunde** (z.B. zur Auseinandersetzung mit den Ursachen und Folgen einer globalisierten Unterhaltungs- und Konsumindustrie), **Philosophie / Religion / Ethik / Recht** (z.B. zur kritischen Reflexion der Auswirkungen von Social Media auf Individuum und Gesellschaft; zur Diskussion der Bedeutung von Influencer*innen), und **Musik / Kunst / Dramatisches Gestalten / Theater** (z.B. zu Fragen der Regie und Dramaturgie in der Inszenierung; zu Fragen der Rezeption im Theater; zur Analyse von Bühnenraum und Kostümen; zur Untersuchung von Zitaten in einer Inszenierung; zur Auseinandersetzung mit Formen und Funktionen von Musik, Licht und Bühnentechnik im zeitgenössischen Theater) ab der 9. Jahrgangsstufe.

Aufführungsdauer: ca. 90 Minuten, keine Pause
Premiere am 12. April 2022

– Anne Steiner: Materialien zur Inszenierung am Münchner Volkstheater –

Kurzbiographie des Autors und Regisseurs

Julian Mahid Carly, geboren 1997 in Kassel, ist seit 2014 ist beim Verein „Studio Lev Kassel“ als Performer und Regisseur tätig und erarbeitet partizipative, kollektiv geschriebene Musiktheaterprojekte mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Von 2015 bis 2017 absolvierte er ein Bachelor-Studium der Deutschen Philologie und der Geschichte in Göttingen. Danach studierte er Theaterregie an der Akademie für Darstellende Kunst Baden-Württemberg in Ludwigsburg, das er 2021 mit seiner Inszenierung *Mermaid Cut* am Schauspiel Stuttgart erfolgreich abschloss.

Carly thematisiert in seinen Arbeiten das Erzählen aus marginalisierten Perspektiven, er setzt sich mit queeren und postkolonialen Narrativen auseinander und dekonstruiert Machtstrukturen, Normen und Privilegien in Hinblick auf Rasse, Klasse und Geschlecht. Für etliche von ihnen wurde er bereits ausgezeichnet:

Seine Studienarbeit *räuber.bachelor.paradise* (nach Friedrich Schiller; UA 2020) wurde zum Körber Studio Junge Regie 2020 eingeladen.

Sein Drama *Verbindungsfehler* gewann 2019 den ersten Preis beim Osnabrücker Dramatiker*innenwettbewerb und wurde 202 am Theater Osnabrück uraufgeführt.

Sein Film *Weißabgleich*, ein dokumentarischer Essay über den Wunsch, weiß sein zu wollen, bei dem Carly sowohl Regie führte als auch als Protagonist zu sehen war, wurde 2019 bei den Internationalen Hofer Filmtagen uraufgeführt und 2020 mit dem Hauptpreis im deutschlandweiten Wettbewerb JUNGER Film 2020 beim 17. FiSH-Festival in Rostock ausgezeichnet.

Sein Text *Kein Wolf, kein Schafspelz* wurde im Rahmen des Festivals „What A Mess / It's Cum Ex“ im Studio Naxos Frankfurt 2019 ausgezeichnet, uraufgeführt und vom Hessischen Rundfunk vertont.

Julian Mahid Carly gehört zu den zehn 2021 vom Berliner Ensemble während der Corona-Pandemie für die Arbeit an einem neuen Stück geförderten Dramatiker*innen. *Fata Morgana* ist seine erste Inszenierung am Münchner Volkstheater.

Fata Morgana – Inhalt und Figuren

Fata Morgana erzählt von der Doppelmoral westlicher Privilegien und vom eurozentristischen Klischeebilds des Orients, es erzählt von der digitalen Scheinwelt, in der Influencer*innen wandelnde Werbeflächen sind, die in Scharen in ein arabisches Land ziehen, in dem Menschenrechte nichts zählen, um dort ein steuerfreies Luxusleben zu führen und inhaltsarmen, aber sehr lukrativen Social Media-Content zu produzieren, der andere zum Konsum verführen soll. Dass sie so Propaganda für ein homophobes, frauenfeindliches und menschenverachtendes Regime machen, nehmen sie stillschweigend in Kauf.

Mehrere Influencer*innen werden von einer großen, undurchschaubaren Organisation namens FATA MORGANA eingeladen, in den Orient zu reisen, dort dann sowohl das Luxusleben zu genießen als auch an durchaus herausfordernden, aber völlig sinnlosen Challenges teilzunehmen, dabei unentwegt Social-Media-Content zu produzieren und so nicht zuletzt für FATA MORGANA Werbung zu machen.

Stormy und Toni sind zwei der Influencer*innen, die dieser Einladung folgen. Toni gibt sich in ihren Posts gebildet, belesen und gesellschafts- und rassismuskritisch:

Soll ich mal gucken, was die hier so an veganen Produkten im Supermarkt haben, vielleicht Und dann ins Louvre? Ja klar, die haben hier ein eigenes! [...] Das wär doch cool, oder? Das ist ja quasi der orientalische Blick auf Europa, da sind die Verhältnisse ja mal völlig umgekehrt. Auf den Kopf gestellt quasi. Selbstermächtigung.

Stormy dagegen geht scheinbar vollkommen in der Konsumwelt der zu bewerbenden Produkte auf und postet vermeintlich witzige Reels, um die Follower mit Content zu versorgen:

Dankeschön, dass ihr wieder mit dabei seid. Ihr wisst es ja sicher, heute ist ein ganz besonderes Video, ein Livestream, ja was soll ich sagen, 50.000 Abonnenten, Alter, Unicorn, Einhornbabies, ihr, ihr seid einfach die Geilsten, ich kann es einfach gar nicht glauben, dass ich, also dass ich gerade die Person bin, die euch, die euch gefällt #ilike #uniocornlove #eternity [...] Aber wisst ihr, was das Geile ist, unicornbabies? Dass ich eben nie so richtig alone bin, es gibt da draußen Tausende von euch, die an mich glauben, die mich lieben.

Die beiden kennen sich vor der Reise nicht, verbringen aber ab dem Eintreffen am Flughafen gezwungenermaßen sehr viel Zeit miteinander und werden dadurch direkt vergleichbar. Sie erscheinen auf den ersten Blick völlig unterschiedlich, sind in ihrem

Influencer*innen-Dasein aber doch beliebig austauschbar und lassen sich beide von FATA Morgana manipulieren, weil sie auf das Versprechen des schönen Scheins hereinfallen, ohne die menschenverachtenden und ausbeuterischen Strukturen zu registrieren, die diese erst ermöglichen. In den Social Media berichten sie fröhlich von den Sonnenseiten des FATA MORGANA-Lebens und verschweigen bewusst seine Schattenseiten.

Begleitet und geleitet werden die beiden von ihren Flugbegleiter*innen James und Jesse, die später auch als Fremdenführer*innen und Hotelmitarbeiter*innen in Erscheinung treten (- zumindest glauben die Influencer*innen, dass es dieselben sind, weil sie die für sie exotischen Gesichter nicht wirklich unterscheiden können...). Sie sind stets zu Diensten, aber eben nicht nur, beobachten sie doch die Influencer*innen ganz genau und verfolgen ganz eigene Ziele:

Wir brauchen eine Infrastruktureform, wir brauchen Tourismus, brauchen irgendeine Attraktion. Blühende Landschaften, fruchtbare Böden, Honigflüsse, Silbermedaillen bei der Fußball WM oder ein goldenes Kalb -

Gesponsort von Fata Morgana, der einzigen Marke, die ihre unverkauften Make-Up-Reste als Kerosin nachhaltig wiederverwendet.

Sie stellen die Aufgaben, sie untersuchen die freiwilligen Werbekörper, sie entscheiden, wer am Ende das neue Fata Morgana Testimonial wird.

Das Publikum wiederum begleitet alle vier auf der Reise, es unterstützt die Influencer*innen bei einigen Challenges und nimmt – wie bei Instagram und Co. – in Echtzeit teil an deren authentischem Leben bzw. an der Inszenierung dessen, was für ihr authentisches Leben gehalten werden soll.

Fata Morgana – Themen und Motive

Influencer*innen

Influencer*innen vermarkten sich selbst und lassen sich dafür bezahlen, als Werbekörper zu dienen. Sie kehren in Social Media über zahllose Fotos, Videos und Posts scheinbar ihr gesamtes Privatleben nach außen, allerdings ist das Private stets inszeniert und damit weder authentisch noch real. Influencer lassen ihre Follower scheinbar an ihren Emotionen, ihren Träumen, ihren Ideen teilhaben, sie machen sich zu einer öffentlichen Person und veröffentlichen ständig ihr inszeniertes Leben und erwarten dafür von ihrer hoffentlich stetig wachsenden Zahl an Followern Kommentare und Zustimmung in Form von Likes, weil dies ihre Attraktivität für potenzielle Werbepartner und damit ihre Einnahmen erhöht:

Influencer sind Menschen, die jeden banalsten Schnipsel ihres Lebens öffentlich machen. Diese Schnipsel sind allerdings in teilweise absurdem Ausmaß inszeniert (die Influencer nennen es „Placid“. Der Begriff meint ein Foto, das detailliert gestellt ist, aber nicht so wirken soll. [...]). Das kann ein Foto vom Essen im Restaurant sein oder ein Selfie im Auto, während man gerade auf grün wartet. Manche möchten der Welt auch mitteilen, welches Lied sie gerade hören oder ob sie sich heute für weiße oder schwarze Turnschuhe entschieden haben. Während noch vor zehn Jahren die klassischen Medien entschieden haben, wer zur Berühmtheit wird und wer nicht (Gatekeeper-Rolle), entscheidet heute die digitale Allgemeinheit, um wen ein Hype veranstaltet wird. Die neue Währung ist die Anzahl der Menschen, die den Influencern folgen – also die Follower.
(Brück (2018): Was, bitteschön, ist ein Influencer?)

Orientalismus

Der Begriff ist eng verbunden mit Edward Said und seiner viel diskutierten Studie *Orientalism* (1978), in der er die wissenschaftliche Orientalistik kritisiert und die den Anstoß für die Entwicklung postkolonialer Theorien gab. Er bezeichnet den westlichen, d.h. eurozentrischen und *weißen* Blick auf die arabische Welt und die Gesellschaft, Kultur und Religion des Nahen Ostens.

Nach Said sei dieser Blick geprägt von einem Gefühl der Überlegenheit und Feindseligkeit (insbesondere gegenüber dem Islam), weil der Westen sich selbst als zivilisiert und aufgeklärt verstehe, den Osten aber als mysteriös und unaufgeklärt und

damit potenziell bedrohlich, was kolonialistischen Machtverhältnissen entspreche. Bereits das Konzept des Orients als solchem sei ein westliches, orientalistisches Konstrukt, eine Fremdzuschreibung, nicht aber die Realität, weil westliche Darstellungen des Orients diesen fast immer als das „Andere“ in Bezug auf Europa verstehen und exotisieren.

Heute wird der Begriff auch allgemeiner verwendet und ist nicht mehr allein auf westlich geprägte Darstellungen und Konstruktionen des Nahen Ostens beschränkt.

Algorithmus

Ein Algorithmus ist eine aus Einzelanweisungen bestehende Handlungsanweisung zur Lösung eines Problems. Die Einzelschritte eines Algorithmus müssen eindeutig, nicht widersprüchlich und ausführbar sein, nach endlich vielen Schritten muss der Algorithmus enden und bei gleichen Voraussetzungen stets das gleiche Ergebnis liefern. Algorithmen spielen in der Informatik eine große Rolle, alle Computerprogramme basieren auf Algorithmen, das WWW wird durch Algorithmen organisiert. Algorithmen können in kurzer Zeit große Mengen von Daten durchforsten, analysieren und Auswahlentscheidungen treffen und dies auch antizipativ tun, weil sie z.B. das individuelle Suchverhalten von Nutzer*innen analysieren und für die Entscheidung, welche der möglichen Suchergebnisse sie ihnen anzeigen, ad hoc nutzen. Nach welchen Algorithmen gängige Suchmaschinen im Internet arbeiten, ist meist intransparent, hat aber enorme Auswirkungen auf das, was den Nutzer*innen angezeigt wird. Gerade in Social Media wie TikTok, Instagram und Facebook sorgen Algorithmen dafür, dass Nutzer*innen Inhalte in Endlosschleife zu immer ähnlichen Themen, Vorstellungen und Meinungen angezeigt werden, sodass Nutzer*innen immer tiefer in ihre ‚Blase‘ oder ‚Bubble‘ aus immer gleichen Meinungen hineingezogen werden. Diese Loops führen schließlich dazu, dass ihre Wahrnehmung der Welt sehr einseitig und eingeschränkt ist und sie alles außerhalb der eigenen Blase als ‚Fake‘ wahrnehmen und bewerten.

Anregungen für die Auseinandersetzung mit der Inszenierung und der Aufführung

1. Das Stück

- Recherche zu Influencer*innen und ihrer Wirkung auf verschiedene Altersgruppen und Diskussion der Frage, ob Influencer*innen gesellschaftliche, politische, soziale, kulturelle, ... Bedeutung haben bzw. haben sollten
- Rezeption der Informationen zu Themen und Motiven und Austausch über den Zusammenhang, in dem diese stehen (oder im Stück stehen könnten), z.B. anhand der folgenden Fragen:
 - Neigen Influencer*innen zu Orientalismus?
 - Wie können Influencer*innen Such-Algorithmen so beeinflussen, dass sie größtmögliche Reichweite erzielen?
 - Verfestigt ein Algorithmus orientalische Stereotype und kolonialistisches Denken?
 - Können europäische Influencer*innen in Dubai orientalistischen Klischees entkommen?
 - Produzieren europäische Influencer*innen in Dubai unbemerkt Klischees über den Westen?
- Sammlung von Assoziationen und Gedanken zum Titel des Stücks:
 - Welche unterschiedlichen Vorstellungen und Bedeutungen ruft er auf?
 - Welche Art von Handlung lässt er erwarten?
 - Welche Handlungsorte und Figuren werden mit ihm assoziiert?
 - Welche Fragen eröffnet er?
- Recherche zu stereotypen Vorstellungen und Bildern von Orient und Okzident und Austausch über deren Bedeutung für Menschen aus dem Westen und Menschen aus dem Nahen Osten
- Rezeption der Informationen zum Inhalt und zu den Figuren und Sammeln der Handlungsorte und der Einzelszenen, die erwartet werden

- Erprobung unterschiedlicher szenischer Lesarten der Figurenzitate und Austausch über die Unterschiede in der Wirkung, die diese erzeugen, und in dem Bild, das dadurch von der jeweiligen Figur erzeugt wird
- Austausch über die Bedeutungsebenen des Begriffes der Doppelmoral, der im Ankündigungstext im Leporello des Volkstheaters genannt ist („*Julian Carly schreibt und inszeniert einen Abend über die Doppelmoral der westlichen Privilegien und der digitalen Scheinwelten.*“) und Reflexion der dadurch hervorgerufenen Erwartungen an die Handlung, die Figuren und die Handlungsorte des Stücks

2. Die Inszenierung

- Rezeption der Informationen zum Autor und Regisseur und zum Stück und Austausch über die dadurch evozierten Erwartungen an das Geschehen auf der Bühne
- Recherche zu bisherigen Regiearbeiten des Regisseurs, Rezeption seiner Äußerungen im Körper Studio Junge Regie 2020 und Austausch über wiederkehrende Aspekte in seinen Inszenierungen
- Rezeption des Tagebuchs zur Produktion im Blog des Volkstheaters und Formulierung von Erwartungen an den Bühnenraum und die Spielweise der Schauspieler*innen
- Wahl eines der Figurenzitate aus den Informationen zur Handlung und den Figuren und Entwicklung und Präsentation einer Spielszene, in der das Zitat geäußert wird, mit Hilfe folgender Fragen:
 - Wo sagt die Figur das?
 - Zu wem sagt sie das?
 - Wie sagt die Figur das (Tonhöhe? Sprechtempo? Lautstärke?)?
 - Welche Handlung führt sie aus?
 - Äußert die Figur das ganze Zitat in einem Stück?
 - Wiederholt sie einzelne Wörter oder Formulierungen?
 - Gibt es andere Figuren in der Szene?
 - Was tun/sagen diese?
 - Welche Musik könnte die Szene illustrieren?

- Welche Handlungen, welche Musik könnte die Aussage unterstreichen oder ironisch brechen?
- Recherche weiterer Texte zum Thema und Erarbeitung einer Satzcollage aus den jeweils wichtigsten Sätzen der Texte (– ein Satz pro Text)
- Austausch über die Charakteristika von Instagram, TikTok und ähnlichen Social Media im digitalen Raum (wie z.B. schnelle Wechsel, Kürzestinfos, Hashtags, Loops/Wiederholungen, typische Kameraperspektiven, Inszenierung, Likes ...) und Sammeln von Vorschlägen, wie das ins Szenisch-Analoge des Bühnenraums, des Spielens und des Sprechens übersetzt werden könnte
- Recherche zu Bühnenformen und Zuschauerräumen, Austausch über die Frage, welche Bühnenform für die Darstellung von Social Media geeignet scheint, und über die Frage, welche Bühnenform die Interaktion mit dem Publikum ermöglicht und welche sie eher behindert
- Rezeption der Hinweise zur Handlung und zu den Figuren und Erprobung von Bühnenkonstellationen, Sprech- und Spielweisen für Toni, Stormy, Jesse und James zu Beginn der Reise beim Boarding, nach der ersten Nacht im Luxushotel und bei der ersten Challenge
 - In welcher Stimmlage, Tonhöhe, Lautstärke und Geschwindigkeit könnten die Figuren jeweils sprechen?
 - Welche Auffälligkeiten in Aussehen, Sprechweise und Bewegung könnten sie jeweils zeigen?
 - Welche Körperhaltung passt zu welcher Figur? Welche deutlichen Unterschiede sind zwischen den Figuren zu erwarten?
 - Welche dieser Figuren wird auf der Bühne eher im Mittelpunkt stehen, welche eher am Rand?
 - Welche Figuren werden viel Raum einnehmen, welche weniger?

3. Die Aufführung

Erinnerungen an Bühnenraum, Requisite, Kostüm, Licht und Musik

- Sammeln von Adjektiven zur Beschreibung des durch die Gestaltung des Bühnenraums hervorgerufenen Spiels und der dadurch entstandenen Atmosphäre und Stimmung
- Sammeln von Erinnerungen an besondere visuelle Details und deren Wirkung, z.B.
 - an das Aussehen der Figuren,
 - an Farben, Färbungen, Intensität und Ausdehnung des Lichts in verschiedenen Szenen,
 - an ungewöhnliche Details in der Maske.
- Sammeln von Erinnerungen an die Requisiten
 - Wo befanden sich die Requisiten, wenn sie nicht bespielt wurden?
 - Wer brachte die Requisiten ins Spiel?
 - Welche Requisiten spielten eine große Rolle?
 - Welche kamen oft zum Einsatz, welche nur einmal?
 - Erzeugten die Requisiten den Eindruck von Realität oder von inszenierter Künstlichkeit?
- Austausch von Erinnerungen an die Musik und deren Wirkung:
 - Wann war Musik zu hören?
 - Wie strukturierte die Musik das Bühnengeschehen?
 - Mit welchen Adjektiven lässt sich die Musik charakterisieren?
 - Welche Stimmung erzeugte die Musik in unterschiedlichen Szenen?
 - Welche Wirkung hatte sie auf das Publikum?
 - Welche Songs waren zu hören?
 - Welche Assoziationen weckten diese?
 - Welche Funktion hatten sie jeweils für die Szene, in der sie zu hören waren?
 - Wie lässt sich das Zusammenspiel von Musik und Aktionen charakterisieren?

Erinnerungen an die theatrale Spiel- und Sprechweise und die Figurencharakterisierung

- Austausch von Erinnerungen an Auffälligkeiten im Sprechen und Spielen der vier Figuren und Reflexion der dadurch jeweils erzielten Wirkung
- Sammeln von Erinnerungen an besondere Auffälligkeiten in der Körperhaltung und den Bewegungsabläufen verschiedener Figuren und Austausch über die Wirkung und die Assoziationen, die diese hervorriefen

- Vorstellen der individuellen Lieblingsfigur in der Inszenierung auf dem Laufsteg

Erinnerungen an das Publikum

- Beschreibung der Atmosphäre im Zuschauerraum beim Einlass, während der verschiedenen Challenges und vor dem Schlussapplaus
- Austausch über die Wirkung, die Bühnenraum und Zuschauerraum mit ihrer Nähe und Sichtbarkeit auf das Publikum hatten
- Austausch über die Szenen, in denen eine deutliche oder eine ungewöhnliche Publikumsreaktion zu spüren war
- Austausch von Erinnerungen an die eigene Reaktion und die anderer Zuschauer*innen bei der direkten Aufforderung zur Interaktion

Austausch über den Gesamteindruck

- Sammeln von Szenen, in denen der Eindruck entstand, einer Insta-Story zuzusehen, und Austausch über die theatralen Mittel bei den Figuren, mit denen dieser Eindruck erzeugt wurde
- Nachstellen der Bühnenkonfiguration in der individuellen Lieblingsszene und Formulierung von inneren Monologen der Figuren und des diese betrachtenden Publikums
- Rezeption von Rezensionen zur Inszenierung und Vergleich mit den eigenen Erinnerungen an die Aufführung
- Entwicklung und Präsentation einer eigenen Theater-Szene, die typische Elemente der besuchten Aufführung aufgreift und deutlich erkennbar ausstellt

Literaturhinweise und Internet-Links

Weiterführendes (Buch)

Nymoen, Ole u. Wolfgang M. Schmitt (2021): *Influencer – Die Ideologie der Werbekörper*. Berlin: Suhrkamp

- Auseinandersetzung mit dem nicht ungefährlichen spätkapitalistischen Phänomen der Influencer*innen, die einem ungebremsen Neoliberalismus ebenso Vorschub leisten wie starren, tradierten Rollenstereotypen

Do Mar Castro Varela, María u. Nikita Dhawan (2020): *Postkoloniale Theorie. Eine kritische Einführung*. 3. aktualisierte Auflage. Bielefeld: transcript / utb

- Einführung und kritische Auseinandersetzung mit den wichtigsten postkolonialen Theorien und Debatten

Weiterführendes (Internet*)

<https://www.die-junge-buehne.de/produktionstagebuch-zu-fata-morgana-am-muenchner-volkstheater/>

- Produktionstagebuch, das der Autor und Regisseur für die *junge bühne* geschrieben hat und das Einblick in den Entstehungsprozess des Stücks und der Inszenierung gibt.

<https://www.youtube.com/watch?v=9Lj9txmjWbo&t=3s>

- der Autor und Regisseur im Körper Studio Junge Regie 2020 über sein Stück *räuber. bachelor.paradise*

<https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchner-volkstheater-fata-morgana-julian-mahid-carly-premiere-kritik-1.5566543>

- Rezension der Premiere von Egbert Tholl (Süddeutschen Zeitung, 13.04.2022)

<https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/medienwissen/soziale-netzwerke/influencer-in-sozialen-netzwerken-am-beispiel-instagram/>

- Umfangreiches Unterrichtsmaterial zum Thema Influencer in Sozialen Netzwerken

<https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/digitale-welt/soziale-netzwerke/influencerin-oder-nicht-wann-ein-beitrag-in-social-media-werbung-ist-39954>

- Die Verbraucherzentrale zur Frage, ab wann ein Social-Media-Beitrag als Werbung gilt

<https://www.codingkids.de/wissen/was-bitteschoen-sind-eigentlich-diese-influencer>

- Brück, Kira (2018): Was, bitteschön, ist ein Influencer?

<https://www.youtube.com/watch?v=XMzLpuBD-1M>

- Jan Böhmermann über Influencer in Dubai in ZDF Magazin Royale (2021)

* Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 25.04.2022.