

LIVESTREAMING IS LIFE

Annekathrin Kobout

74

Ustream, Justin.tv, Livestream und Bambuser: 2007 kamen die ersten Livestream-Dienste auf den Markt, die es sämtlichen Nutzern ermöglichen sollten, kostenlos und in Echtzeit ins Internet zu streamen. Es folgten YouTube Live seit 2008, Chatroulette seit 2009, twitch.tv und YouNow seit 2011. In den letzten beiden Jahren ging es Schlag auf Schlag: erst Meerkat, dann Periscope und schließlich Facebook-Live. Auf der deutschen Website von YouTube wird die seit etwas über einem Jahr auch in Deutschland etablierte Funktion mit dem Slogan »Go big, go live« beworben. Livestreaming wurde 2015 und 2016 als einer der wichtigsten Social-Media-Trends verhandelt.

Der große Erfolg der letzten Jahre ist vor allem auf die Verknüpfung mit Facebook und Twitter zurückzuführen, die es den Nutzern ermöglicht, ihre Live-Videos direkt an ein bestehendes Netzwerk anzuschließen und an vorhandene Freunde und Follower zu adressieren. Zudem fällt er mit der zunehmenden Echtzeit-Kommunikation zusammen, die sich sowohl in den klassischen sozialen Medien durch die Kenntlichmachung von Sende-, Empfangs- und Leszeit als auch in Videotelefonaten oder -nachrichten mittels Skype, Facetime oder Snapchat ausdrückt.

Bereits in den 1950er Jahren, als sich der Fernseher als Massenmedium etablierte, wurde das Prinzip »Live« zum Gegenstand einer umfassenden ästhetischen und später auch programmatischen Diskussion. Als ein Wortführer der sog. »Live-Ideologen« galt Gerhard Eckert, ein populärwissenschaftlicher Autor, der bereits seit den späten 1930er Jahren Fernsehkritiken verfasste.

1953 erschien sein Buch »Die Kunst des Fernsehens«, in dem er versucht, »live« als genuin ästhetisches Merkmal des Fernsehens – gegenüber dem Film, der »Konserven« – zu proklamieren: »Der Film ist die zu möglicher Perfektion gebrachte Festlegung [...]. Demgegenüber ist das Fernsehen flüchtig, seine »live«-Sendung ist nur in eben dem Augenblick sicht- und hörbar, wie sie im Studio vor sich geht.« Sie besitze daher das »Merkmal der Gleichzeitigkeit von Entstehung und Erlebnis«, der »Fernseher ist echter Augenzeuge [...], indem er in Bild und Ton in dem Augenblick dabei ist, wo sich etwas vollzieht.«

Neben dem Zusammenfallen von Produktion und Rezeption sowie der Flüchtigkeit des Augenblickes identifiziert Eckert noch ein weiteres Merkmal des Live-Prinzips: die Möglichkeit des Scheiterns. »Wie beim Konzert im Konzertsaal [bleibt] das Gefühl eines möglichen Mißlingens lebendig.« Darin sieht Eckert eine wichtige soziologische Funktion, denn ein Leben, das durch schematisierte Abläufe perfektioniert und kalkuliert sei, brauche ganz besonders »die wenigen Punkte, wo die echte Ungewißheit noch regiert.« All das sind Eigenschaften, die auch für jene Faszination verantwortlich sind, die vom Live-Prinzip der Gegenwart ausgelöst wird: etwa wenn ein Nutzer auf Periscope einer Konferenz oder auf YouTube Live einem Großereignis wie dem Stratosphärensprung des österreichischen Extremsportlers Felix Baumgartner im Jahr 2012 beiwohnen kann, ohne eine räumliche Distanz überwinden zu müssen.

75

Neben dem Gefühl der Unmittelbarkeit und des Dabeiseins zeichnet sich das Interesse am Prinzip »Live« in den sozialen Netzwerken vor allem durch die Interaktion aus. Live-Videos werden zahlreich kommentiert und die Kommentare wiederum oftmals zum Gegenstand des Sendeinhalts, der nunmehr auch als Unterhaltung klassifiziert werden kann. Z.B. konnten die Zuschauer des Livestreams von Jan Böhmermann während der US-Wahlnacht 2016 nicht nur dessen geselliger Runde beiwohnen, sondern auch mithilfe von Kommentaren direkt an deren Gesprächen teilnehmen oder solche auslösen. Nutzer von Periscope etwa hatten im Sommer die Möglichkeit, viele Stunden mit Kai Diekmann im Garten seines Hauses am See in Potsdam zu verbringen und über das Wetter oder den Hühnerstall zu reden.

Da eine gewisse Qualität gewährleistet und bereits eine Infrastruktur vorhanden ist, gehen populäre Livestreams in Deutschland im Moment hauptsächlich von den etablierten Massenmedien aus, von Fernseh- und Radiosendern, Zeitungen oder Zeitschriften. Häufig zeigen sie Making-of-Situationen, Hintergrundberichte zur Entstehung einer Sendung oder Zweitverwertungen im Fernsehen live ausgestrahlter Inhalte. Das neue Format »Livestreaming« fordert jedoch von Medienunternehmen in Zukunft eigens und professionell produzierten, unterhaltsamen Content, der gezielt auf die Interaktion mit den Kommentatoren ausgerichtet ist. Ein Vorbild-Format stellt die von Jan Böhmermann seit Frühjahr 2015 wöchentlich durchgeführte

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemбераusgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

76 »Hashtag-Konferenz« dar, die es den Zuschauern über Periscope oder Facebook-Live erlaubt, gemeinsam mit der Redaktion des »Neo Magazin Royale« den Hashtag festzulegen, unter dem sich die Nutzer in der kommenden Woche austauschen.

Das große Ziel der Livestreaming-Anbieter bleibt die persönliche Kommunikation zwischen Freunden und Followern. In einem Interview mit BuzzFeed zu Facebooks neuem Live-Feature bemerkte dessen Gründer und Vorstandsmitglied Mark Zuckerberg: »Because it's live, there is no way it can be curated« – und weiter: »And because of that it frees people up to be themselves.« Darin besteht die Aufgabe: Nutzern naheulegen, dass sie auch in den sozialen Netzwerken ohne weitere Bedenken »sie selbst« sein könnten. Die Grenze zwischen der Identität im Netz und der im »real life« soll sich auflösen.

Diese Auflösung wird forciert, indem bildliche und zunehmend bewegtbildliche Kommunikation schriftliche ersetzt. Zu Beginn der massenmedialen Kommunikation im Internet, als Nutzer kaum mit Bildern interagierten und sich in Chatrooms und diversen Diskussionsforen aufhielten, war es noch üblich, mittels erfundener Charaktere am sozialen Online-Leben teilzunehmen. Identität wurde durch Fiktionen über Aussehen oder Milieu erzeugt. Es gab keine Profilbilder, denen die Nutzer – auch bezüglich einer Haltung – entsprechen mussten, sondern höchstens grafische oder Avatar-ähnliche Motive. Auch gab es keine bürgerlichen Namen, wegen der man Konsequenzen im »real life« zu erwarten hatte, sondern »nicknames«. Kommunizieren Nutzer heute über die

etablierten sozialen Netzwerke, sieht das oftmals ganz anders aus: Bilder dienen der Verifikation ihrer bürgerlichen Identität, sie stiften Glaubwürdigkeit und steuern zugleich all das, was in der Internet-Öffentlichkeit an Kommentaren zum Ausdruck gebracht wird.

Auch wenn Bilder dadurch zum beliebtesten Kommunikationsmittel neben dem Wort avanciert sind, handelt es sich höchstwahrscheinlich nur um ein Übergangsphänomen – eine Vorstufe zur Live-Kommunikation mittels Video-streaming. Was sich durch das Einbetten von Bildern in das persönliche Profil bereits andeutete, scheint sich nun vollständig durchzusetzen: der Übertritt des ›analogen‹ in den ›digitalen‹ Charakter. Live ist Life geworden.

Im Schutz der Anonymität und wegen der aufrecht erhaltenen Trennung der fiktionalen Charaktere von den tatsächlichen Nutzern bestanden grundsätzlich andere Möglichkeiten der Inszenierung und des Handelns. Nun begeben sich die Nutzer als bürgerliche Person ins Netz. Wegen der Aufhebung der Grenze zwischen analoger und digitaler Identität verringert sich der Unterschied, ob man sich tatsächlich unterhält oder ›nur‹ mittels eines Livestreams, sehr stark, weil in beiden Fällen mündlich kommuniziert wird. Das ist nicht nur das Ziel von Mark Zuckerberg oder sonstigen Streaming-Diensten. Im Grunde ist es bereits die Voraussetzung für eine dauerhafte Durchsetzung von privaten Live-Ausstrahlungen.

Livestream und Echtzeit-Kommunikation insgesamt stehen im Dienst einer neuen Mündlichkeit. Besser gesagt: einer Pseudo-Oralität, denn selbstverständlich werden Daten im Netz nicht endgültig gelöscht, sondern wahren ewig. Es hat sich bereits gezeigt, dass dem Vergessen und Verdrängen der digitalen Medialität der Kommunikation noch immer etwas im Weg steht: der Kreativitäts- und Werkstolz. Deshalb hat es z.B. nicht lange gedauert, bis Snapchat eine »Memory«-Funktion einführte. Auch Periscope erlaubt es seinen Nutzern seit Mai 2016, live gestreamte Videos für immer zu speichern; sie müssen bloß ›#save‹ in den Titel des Videos schreiben.

Als Gerhard Eckert in den frühen 1950er Jahren im Live-Prinzip die Zukunft des Fernsehens sah, begann sich das nur wenige Jahrzehnte alte Medium gerade weiterzuentwickeln. Kurz darauf setzte sich die Magnet-Aufzeichnungstechnik durch, die ein Programmfernsehen, wie es heute noch existiert, überhaupt erst ermöglichte – und damit dem Prinzip ›Live‹ seine zwingende Notwendigkeit nahm. Livestreaming könnte ein besseres Schicksal ereilen, zumindest in näherer Zukunft. Weil sie Bilder, Videos und Streams noch stark mit bildlichen oder filmischen ›Werken‹ des letzten Jahrhunderts assoziierten, besaßen viele Nutzer Hemmungen, auch oder gerade online ›sie selbst zu sein‹. Die Simulation mündlicher Kommunikation mithilfe von Bildern und Videos, besonders aber mittels Live-Ausstrahlungen scheint das vergessen zu machen. ♦