



Christian Richter:
Fernsehen. Netflix. YouTube. Zur Fernsehhaftigkeit von On-Demand-Angeboten. Bielefeld 2020: transcript. 372 Seiten, 45,00 Euro



Marcus S. Kleiner:
Streamland. Wie Netflix, Amazon Prime und Co. unsere Demokratie bedrohen. München 2020: Droemer. 304 Seiten, 20,00 Euro

Streaming, Fernsehen und Demokratie

Beide Bücher beschäftigen sich mit neuen Entwicklungen in der Medienlandschaft. Während Christian Richter sich in seiner Dissertation damit befasst, die Streamingangebote aus dem Geist des Fernsehens zu erklären, setzt sich Marcus S. Kleiner in der Tradition der Kritischen Theorie vor allem mit Algorithmen und Empfehlungssystemen auseinander, denen er eine Entmündigung der Konsument*innen bescheinigt. Während Richters Buch durch medien- und kulturwissenschaftliche Argumentation besticht, hat Kleiners Buch eher den Charakter eines populärwissenschaftlichen und populistischen Sachbuches.

Netflix und YouTube sind laut Richter ohne Digitalisierung nicht denkbar. Dieser technische Aspekt mache vor allem ihre Neuheit aus, inhaltlich und kulturell seien sie dagegen weiter eng mit dem Fernsehen verbunden. Die Verbindung von Fernsehen und Digitalität löst er nach Jan Distelmeyer mit dem Begriff der Televisionizität auf. Televisionizität „beschreibt eine Fernsehhaftigkeit, die sich in den digitalen Umgebungen von On-Demand-Angeboten präsentiert. Sie umfasst die Modifikationen und Erweiterungen, die aus einem veränderten technischen Vollzug gewährt werden, aber auch die dabei beständig betriebene inszenierte Nähe zum Fernsehen“ (S. 24). Die Fernsehorientierung macht Richter an verschiedenen Merkmalen fest, 1) an der Programmierung, die allerdings statt auf Zuschauerforschung auf Algorithmen basiert und keine Inhalte kuratiert, sondern Daten aggregiert (vgl. S. 69); 2) am sogenannten Flow, der die Zuschauer*innen bei der Stange halten soll und sich nun im Autoplay ausdrückt; 3) an der Serialität, die sich heute als Datenbank zeigt und bei YouTube und Netflix nahezu deckungsgleich mit dem Fernsehprogramm ist – bei Netflix „ist eine Konzentration auf Fortsetzungsserien zu beobachten, bei denen der Grad an intraserialer Kohärenz das im Fernsehprogramm übliche Maß übersteigt“ (S. 205); 4) an „Liveness“, wie es Richter nennt (S. 213), die durch Echtzeit und Echtheit geprägt ist; 5) an Adressierungen des Publikums. Durch die Streamingangebote erfährt das Fernsehen eine ästhetische Aufwertung (vgl.

S. 327). Das Fernsehen ist demnach noch lange nicht tot – oder wie Richter resümiert: „Je mehr fernsehafte Aspekte adaptiert werden, desto deutlicher tritt dann ein Format Fernsehen hervor – desto deutlicher tritt eine neue Version von FERNSEHEN hervor“ (S. 335, H. i. O.).

Die neuen Streamingangebote dienen laut Marcus S. Kleiner nicht der Bildung, sondern der Unterhaltung, denn „Netflix ist Profitsteigerung wichtiger als Bildung“ (S. 8). Dazu kommt, dass Algorithmen uns in diese Unterhaltung einbinden, weil sie uns Entscheidungen abnehmen. Das hat Konsequenzen, nicht nur für uns, sondern für die Demokratie. Denn: „Wer aber die Fähigkeit verliert, selbst zu entscheiden, ist nur noch eingeschränkt ein mündiger Bürger. Meine These, die ich hier im Buch noch ausführlich belegen werde: Mit ihrem Programm sind Netflix, Amazon Prime und Co. potenziell demokratiegefährdend, weil sie unsere Selbstentmündigung und Selbstausbeutung fördern“ (S. 13). Ganz im Sinne der Kulturindustrie-These von Horkheimer und Adorno konstruiert Kleiner einen Totalzusammenhang, aus dem es für uns Bürger kein Entrinnen zu geben scheint. So werden verschiedene Aspekte, die kurz thematisiert werden, unkritisch in seine Gesamtthese eingebaut. Da ist dann von Amazon Prime als „Monopolist im kostenpflichtigen Video-on-Demand-Bereich“ (S. 166) die Rede; oder es wird eine Studie zitiert, nach der Binge-Watching die Gedächtnisleistung beeinträchtigt (S. 207), aber Studien, die Zuschauer*innen einen Zugewinn an Autonomie und Glücksgefühlen durch Binge-Watching bescheinigen, werden übergangen – offenbar, weil sie nicht ins Bild passen. Dem Gedanken, dass Streaming uns zu „Konsumnarren“ macht (S. 219), mag man vielleicht folgen, doch sind Streaminganbieter auch nur ein Teil des Kapitalismus, der uns zu Kunden und Konsumenten macht – aber nicht ausschließlich, denn wir, die mündigen Bürger, sind sehr viel mehr.

Prof. Dr. Lothar Mikos