Helmke Jan Keden

„It doesn’t take a human to sing a good song.“

Überlegungen zum Verhältnis von virtueller und realer Gesangskultur in einer mediatisierten Welt am Beispiel der ’Singing Synthesis Technology’

Bei der Betrachtung jüngerer Forschungsbeiträge aus dem europäischen Raum zur Lied- und Singforschung ist erkennbar, dass in den letzten Jahrzehnten neben objektorientierten Ansätzen, in denen vorwiegend werkimmanent mit dem Liedmaterial gearbeitet wird, solche Betrachtungsweisen eine immer wichtigere Rolle spielen, welche verstärkt die Singenden selbst bzw. ihre Beweggründe und Handlungen in den Fokus des Interesses rücken. Exemplarisch für diese eher subjektorientierten Vorgehensweisen sei auf den Tagungsband des Symposiums „Populäre Lieder. Kulturwissenschaftliche Perspektiven“ verwiesen, welches anlässlich des 101-jährigen Bestehens des Schweizerischen Volksliedarchivs im Jahre 2007 in Basel durchgeführt wurde (vgl. Leimgruber / Messerli / Oehme 2009). Bemerkenswert an der Publikation ist, dass subjektorientierte Herangehensweisen, die zumeist interdisziplinär angelegt und kulturwissenschaftlich sowie soziologisch verortet sind, besonders in den Tagungsbeiträgen sichtbar werden, die sich mit Phänomenen aktueller Singpraxen in explizit medienimmanenten Kontexten auseinandersetzen. So fragt beispielsweise Max Peter Baumann weniger nach den Entstehungs- und Bedeutungskontexten eines einzelnen Liedes als vielmehr nach den Kommunikationsformen, die ein musikalisch Handelnder betreibt (siehe Baumann 2009: 40 ff.). Mit der Unterteilung in die Handlungsbereiche Produktion, Rezeption, Distribution und Evaluation gibt er eine theoretische Annäherungsmöglichkeit vor, welche die „Interaktion zwischen ausübenden und rezipierenden Sängern, Musikern und Musikgruppen sowie Mediatoren und Kommunikatoren im Hinblick auf die zeitliche Organisation und die Performanz innerhalb eines vorgegebenen Raumes“ (ebd.: 41) in den Vordergrund stellt. Bezeichnenderweise steht für ihn das Lied, das sich in der musikalischen Handlung, also dem Singen, verbirgt, erst am Ende seiner Forschungsfrage, die er wie folgt benennt: „Wer kommt mit wem zusammen, um wann und wo mit welchen Mitteln welche musikalische Handlung zu vollziehen?“ (Ebd.)

Auf dieser Fragestellung aufbauend stellt Baumann eine theoretische Matrix der musikalischen Performanz vor, welche über die erwähnten vier Bereiche musikalischen Handelns und das verwendete Repertoire hinaus auch noch die beiden Elemente Vermittlungstechniken sowie Tradierung enthält. Letztere sei in der heutigen Zeit „durch weltweit agierende mediale Kommunikationsnetze, durch kommerzielle Vertriebsströme sowie durch eine universalistisch sich entwickelnde Musiktechnologie“ (ebd.: 53) von zahlreichen transkulturellen

Prozessen gekennzeichnet. Hatte bereits im Jahre 2000 Werner Faulstich vorhergesagt, dass durch das Internet „die traditionelle Rollenverteilung zwischen Produzent und Rezipient aufgehoben“ und „Musik zur Verfügungsmasse“, zum „Steinbruch“ und somit zur „Spielwiese für individuelle Gestaltung und Bearbeitung“ (Faulstich 2000: 197) werde, konstatiert angesichts der rasanten digitalen Entwicklung Max Peter Baumann nur knapp zehn Jahre später, dass in unserer mediatisierten, virtuellen Gegenwart „Produzent, Performer, Rezipient und Musikereignis in einem einzigen Individuum zusammenfallen“ (Baumann 2009: 53) können. Gleichwohl kann die konventionelle Musikpraxis weiterexistieren, also

> „das Virtuelle neben der Live-Performanz weiterhin bestehen und in wechselseitiger Bedingtheit sich immer wieder von neuem und zugleich ganz anders artikulieren.“ (Ebd.: 54)

Gerade das von Baumann angesprochene Verhältnis von gesangsspezifischen Erscheinungsformen in virtueller und realer Welt scheint das Interesse zahlreicher Lied- und Singforscher geweckt zu haben. Verwiesen sei beispielsweise auf Dieter Ringli, für den in einer mediatisierten Welt die herkömmlichen Parameter zur Beschreibung virtueller Liedphänomene nicht mehr ausreichen, wird unsere Wahrnehmung doch durch eine andere Größe wesentlich stärker beeinflusst:

> „Ob ein Lied Anklang findet oder nicht, hängt im medialen Kontext weniger von seiner Struktur ab als von seiner Interpretation, seiner Klanggestalt, von seinem Sound. Und damit ist das Grundproblem des Liedbegriffs isoliert. Der herkömmliche Liedbegriff, der auf Tonhöhe, Tondauer und Text verweist, vernachlässigt diese Ebene der klanglichen Realisation, der konkreten Ausführung, der Version, des Sounds, die für die heutigen, medial geprägten Hörgewohnheiten eine viel wichtigere Rolle spielt als die musikalisch-textliche Struktur.“ (Ringli 2009: 61)

Abgesehen von urheberrechtlichen Fragestellungen, die sich bisher eher an den konventionellen musikalischen Parametern orientieren, geht Ringli davon aus, dass sich aufgrund der niederschwelligen Teilhabemöglichkeiten, welche die virtuellen Medien für musikalisch vermeintlich Geringgebildete bieten, die Vielzahl der heute gebräuchlichen Umgangs- sowie Rezeptionsformen weiter erhöhen wird. Musiktheoretisches und -praktisches Wissen zur Liedproduktion erscheint kaum noch notwendig – aus musikpädagogischem Blickwinkel ein bedenkenswerter Umstand, der Chancen, aber auch Risiken für die zukünftigen Aufgaben und Inhalte der formellen und informellen Musikvermittlung beinhaltet (vgl. Höfer 2008). Gleichzeitig wird deutlich, dass angesichts der Pluralität von medialen Anwendungs- und Verarbeitungsmöglichkeiten ein Definitionsversuch des Liedbegriffs in immer weitere Ferne rückt.

In eine ähnliche Richtung weisen auch die Ansätze Peter Wickes, die im Rahmen dieser thematischen Hinführung abschließend erwähnt werden sollen (siehe Wicke 2009: 89–103). Für ihn spielt die Gesangsstimme in einem Popsong gegenüber dem Sounddesign ebenfalls nur noch eine sekundäre Rolle. Häufig würden im Rahmen der heute üblichen Vermarktungskonzepte den fertiggestellten Songs lediglich passende Stimmmaterialien beigemischt, die zuvor durch zahlreiche technische Überarbeitungen, abgestimmt auf die jeweilige Zielgruppe, zu „Stimmklangbildern“ optimiert worden sind. Diese haben nach Wicke

> „als technische Produkte keine Träger mehr, lösen sich von ihren singenden Erzeugern ab und beginnen sich mit ihrer besonderen Klangcharakteristik irgendwo zwischen Mensch und Maschine anzusiedeln.“ (Ebd.: 98)

Als Konsequenz dieser seit Jahren andauernden Entwicklung sieht der Autor

> „die allmähliche Auflösung des in der abendländischen Musiktradition jahrhundertelang gültigen, ebenso augenscheinlichen wie ohrenfälligen Zusammenhangs von Klang und dem menschlichen Subjekt seiner Erzeugung – ein Zusammenhang, der in der Singstimme, also der naturgegebenen Einheit von Musizierendem und Klangerzeuger, seinen Ausgangspunkt hat.“ (Ebd.: 99)

Mit dieser „Ent-Referentialisierung“ ist nach Wicke der Klang „nicht mehr rückbeziehbar auf den Kontext und den Modus seiner Erzeugung.“ (Ebd.: 100) Vielmehr könne er nun frei von den bisher ihn konstituierenden Parametern Raum und Zeit technisch flexibel variiert werden, so dass „die Einheit von akustischem Material, Medium und Wahrnehmung [...] für immer auseinandergebrochen“ (ebd.) sei. Die Intention für diese angestrebte Abstraktheit liegt für Wicke vor allem im Vorteil für die Vermarktung, kann durch die technische Bearbeitung doch eine wesentlich höhere Anzahl optionaler ’Andockstellen’ für die subjektive Erfahrung eines möglichst großen Konsumentenkreises geschaffen werden als mit konventionellen Methoden.
Jedoch vermögen für Wicke diese technisch kreierten und virtuell weltweit vermittelten Songprodukte die weiterhin vom Publikum tradierten kulturellen Primärerfahrungen der Tonerzeugung und ihrer Reflektion nicht zu ersetzen. Daher unternehme die Unterhaltungsindustrie große Anstrengungen, diesem Bedürfnis durch aufwendig inszenierte multimediale Live-Events nachzukommen – dem einzigen Vermarktungsbereich, der angesichts der rasanten Entwicklungen in medialen Bereichen von der Musikindustrie aktuell noch als profitabel angesehen wird. Wichtiges Kennzeichen dieser Veranstaltungen ist für Wicke das Einbeziehen des Publikums als vermeintlich schöpferische Kraft, welche das reale Erlebnisbedürfnis befriedigen soll. Doch hat für Peter Wicke diese „Ersetzung von Kontemplation durch Aktion, von Spontaneität durch Inszenierung“ einen großen Nachteil, den „Verlust von Imagination“:

> „Dem herrschenden Frohsinn ist jede Vorstellung, jenseits seiner selbst [...], zutiefst fremd. Ihm sind die Träume immer schon Wirklichkeit, die Phantasie immer schon Realität. [...] Die von irrlichternden digitalen Klangnetzen durchzogenen multimedialen Dauer-Events sind am Ende blosse [sic!] Vorkommnisse, die auf nichts anderes verweisen, als auf sich selber." (Ebd.: 103)

Diese theoretischen Ausführungen sollen den Rahmen für die nun folgende Betrachtung eines gesanglichen Phänomens bilden, welches seit einigen Jahren insbesondere in Japan weit verbreitet ist. Exemplarisch für diese häufig unter dem Begriff „Singing Synthesis Technology" (Kenmochi 2012: 5385) zusammengefassten medialen Gesangsformen sei nachfolgend das junge Genre anhand der virtuellen Stimme bzw. Sängerin, Miku Hatsune, erläutert, 'die' bis heute große Erfolge feiert und nun auch als englischsprachige 'Version' seit Ende August 2013 auf dem europäischen Kontinent vermarktet wird.

Miku Hatsune wurde im Auftrag des Yamaha-Konzerns 2007 von der Firma Crypton Future Media als synthetisch geschaffener Stimmencharakter vorgestellt. Dieser ist für den Einsatz auf dem Stimmen-Synthesizer Vocaloid 2 bestimmt, einem midifähigen PC-Programm, welches lediglich durch die Eingabe des Liedtextes und der Noten die Erzeugung einer künstlich generierten Gesangsstimme ermöglicht. Konnten die Hersteller schon mit der ersten Programmversion und der Herausgabe einiger anderer Stimmencharaktere seit 2004 in Japan gewisse Erfolge feiern, gelang mit der Vorstellung der neuen Programmversion Vocaloid 2 zeitgleich mit dem Verkaufsstart des neuen Stimmcharakters Hatsune Miku (übersetzt: 'Erster Klang aus der Zukunft') vor sechs Jahren der endgültige kommerzielle Durchbruch. Bereits im ersten Halbjahr nach Verkaufsstart erwarben die Nutzer alleine in Japan 30.000 Mal – bis 2011 waren es 120.000 Mal – die neue Stimmensoftware (vgl. ebd.), auf deren Verpackung eine vom japanischen Manga-Künstler 'KEI' als Maskottchen entworfene weibliche Figur im in Japan sehr beliebten Anime-Stil abgedruckt war.[1]

Im 'Kindchen-Schema' mit großen Augen, türkisfarbenen Haaren, die bis zu den Knien reichen, angedeuteter Schuluniform, Minirock, Krawatte und Armstrümpfen ausgestattet (siehe *Abb. 1*), schien sie unmittelbar nach ihrer Veröffentlichung auf großen Gefallen bei zahlreichen Anwendern zu stoßen. Um die Software mit Leben zu füllen, versah Crypton Future Media die künstlich geschaffene Anime-Sängerin zusätzlich mit einigen weiteren Attributen: 16 Jahre alt, Geburtstag am 31. August, Sternzeichen Jungfrau, bei 158 cm ein Gewicht von 42 kg (!).[2] Den Käufern wurden als sinnvoll mit der Software bzw. der Sängerin zu gestaltende Musikgenres J(apan)-Pop, Rock,

[1] Vgl. Crypton Future media. „What is the 'HATSUNE MIKU – movement'?" In URL: http://www.crypton.co.jp/download/pdf/ info_miku_e.pdf [Datum des Zugriffs: 30.09.2013].

[2] Zur kritischen Auseinandersetzung mit den fragwürdigen Eigenschaften der virtuellen Vocaloid-Sänger vgl. Eidsheim (2008: 109–117).

Dance, House, Techno und Cross Over empfohlen, als sinnvolles Tempo der von den Anwendern zu erstellenden Lieder die Spanne von 70 bis 150 bpm. Der nutzbare Stimmumfang von Hatsune Miku wurde mit A3 bis E5 angegeben.[3]



Abbildung 1: Hatsune Miku. URL: http://cdn.synthtopia.com/wp-content/-uploads/2013/08/hatsune-miku.png. [Datum des Zugriffs: 30.09.2013].

Wie erfolgreich das Vermarktungskonzept war, die Stimmen-Software Hatsune Miku mit der gleichnamigen Anime-Figur zu verbinden und fortan synonym zu verwenden, lässt sich eindrücklich anhand des wichtigsten Distributionsmediums veranschaulichen, das von den Anwendern Hatsune Mikus (so genannten 'Creators') unmittelbar nach Verkaufsstart für die Präsentation der selbst produzierten Lieder genutzt wurde. Als solches stellte sich sehr schnell die Internetplattform Niko Niko Douga heraus, auf der, ähnlich wie bei YouTube, die eigenen, von Hatsune Miku 'gesungenen' Erzeugnisse kostenlos hoch- und heruntergeladen sowie kommentiert werden konnten. Bereits nach kurzer Zeit wurde deutlich, dass die „Singing Synthesis Technology" eine neue Verbreitungsdimension erreicht hatte, unterstreichen doch alleine die 170.000 bis heute auf den Internetplattformen hochgeladenen unterschiedlichen Lieder,[4] die mit Hatsune Miku produziert wurden, die enorme Beliebtheit der virtuellen Sängerin. Einzelne Lieder, von denen zahlreiche durch selbstproduzierte Anime-Videoclips mit der virtuellen Sängerin ergänzt wurden, sind bis heute auf Niko Niko Douga und YouTube bis zu 8 Millionen Mal aufgerufen worden (vgl. Condry 2011: 12). Einige von ihnen liegen in bis zu 1.500 Versionen vor und

[3] Vgl. Crypton. „Who is Hatsune Miku?" URL: http://www.crypton.co.jp/miku_eng [Datum des Zugriffs: 30.09.2013].
[4] Vgl. ebd.

deuten auf den wichtigsten Grund für den enormen Distributionserfolg des Konzeptes hin, der in der offenen Umgangsform der 'Creators' mit ihren selbst produzierten Liedern zu finden ist: Denn anders, als dies aus der realen Musikwelt mit ihren urheberrechtlichen Auflagen bekannt ist, übertrug sich das aus der Anime-Kultur übliche Verfahren der ständigen Be- und Überarbeitung bereits bestehender Figuren und Videoclips durch ihre Anhänger auf die Umgangsweisen mit den virtuell erzeugten Gesangsprodukten. Hideki Kenmochi beschreibt dieses Verfahren wie folgt:

> „A person who liked one of those original compositions began to add a different video to his / her favorite music voluntarily and reposted it. Another person who liked the music changed the lyrics, re-mixed the music and re-posted it. Another person who liked the music sung the song and re-posted it. Another person makes a weekly ranking video using the original videos. People use the contents there to make a new original content, and repeat this for many times." (Kenmochi 2012: 5387)

Diese auch als „secondary creativity" (Verini 2012) (japanisch 'niji sousaku') oder „crowd-sourced creativity" (Condry 2011: 16) bezeichnete Umgangsweise ist möglich, weil zum einen die Rechte für die zu privaten Zwecken mit der Vocaloid-Software erstellten Lieder bei den Konsumenten liegen,[5] zum anderen die Internetplattform Niko Niko Douga den Nutzern die Möglichkeit bietet, ihre Inhalte herunterzuladen, solange die ursprünglichen 'Lieder-Macher' keine Einwände dagegen haben (vgl. Kenmochi 2012: 5387). Auch schienen gerade die wenigen Attribute, die beim Verkaufsstart der Software ihrem ehemaligen Maskottchen bewusst von der Herstellerfirma nur mit auf den Weg gegeben wurden, die Beschäftigung der Fans ('Otaku') mit Hatsune Miku geradezu herauszufordern und sie gegenüber realen Idolen interessanter zu machen:

> „If Miku caught on, her followers would write her story. [...] These geeky fans are devoted to characters, not Western-style celebrities." (Verini 2012: o.S.)

Somit scheint das Phänomen der „secondary creativity" auf ein unkonventionelles Verständnis von Authentizität hinzuweisen. Weniger die marktmonopolisierte und mit einer 'Story' ausgestattete reale Sängerpersönlichkeit 'aus Fleisch und Blut' bzw. ihre künstlerischen Handlungen und Produkte, ihre Originalität, Eigentümlichkeiten und letztlich ihre geschützten Verwertungsrechte spielen eine Rolle als vielmehr die Aussicht auf neue Handlungen, die mit einem virtuellen Produkt / Charakter gestaltet werden können, ohne den Bezug zum Ausgangsmaterial zu verlieren – auch wenn freilich eine vermeintlich vorhandene inhaltliche Intention auf der Strecke bleibt. Der Kulturkritiker

[5] Vgl. Vocaloid. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Vocaloid#Rechtliche_Situation [Datum des Zugriffs: 30.09.2013].

Hiroki Azuma bezeichnet diesen Umstand als „database model“ und beschreibt die Beziehung zwischen Original und Bearbeitung wie folgt:

> „It is quite ambiguous what the original is or who the original author is, and the consumers rarely become aware of the author or the original. For them, the distinction between the original and the spin-off products (as copies) does not exist.“ (Verini 2012: o.S.)

So ist auch die Tatsache besser zu verstehen, dass aufgrund der hohen Popularität von Hatsune Miku die Herstellerfirma Crypton Future Media im Jahre 2012 neben den mit der Software für private Zwecke erstellten Liedern auch die Illustrationen von Hatsune Miku urheberrechtlich freigegeben hat.

Die Tatsache, dass Hatsune Miku also bewusst als ’Open source’-Konzept entworfen wurde, um ständig überarbeitet zu werden, genauso wie die mit der Software erzeugten Lieder und Videoclips durch ständige Überarbeitung und stetigen virtuellen Austausch weltweit von vielen Nutzern gemeinsam immer wieder neu geschaffen werden, bedingt einen Werkbegriff, der die neuen Möglichkeiten der virtuellen Welt berücksichtigen sollte.[6] Denn wenn auch als vornehmliches Ziel von Crypton Future Media die Vermarktung der Software anzusehen ist, wird erkennbar, dass als ’Nebenprodukt’ künstlerische Erzeugnisse und Handlungen entstehen, deren Optionen zum einen im werkimmanenten Bereich liegen, zum anderen aber auch auf eine neue Art sozial konnotative Züge beinhalten, die für viele Nutzer einen eigenen Wert darstellen. Ian Condry beschreibt diese Option wie folgt:

> „She [Miku Hatsune] demonstrates new possibilities for an unusual model of musical production – the crowed-sourced idol – and also the value of not monopolizing control as a path to success. [...] The Miku phenomenon can be interpreted in many ways, but what jumps out at me is how the energy of a large community of people can gravitate towards something that is just an idea. This is social media in the sense that the connections and actions of a community are more central then the ‘message’ or the ‘means of transmission.’ She is ‘transmedia,’ certainly, but more importantly, she is social without being real. [...] I see social media as a provocation to participate in new ways, even despite the limitations of the technology as it stands now. [...] Hatsune Miku illustrates that crowed-sourced creativity can generate a movement, a celebrity in her own right, yet one whose rights are not owned by any individual or single corporate entity. Taken together, I see these ‘end-around’ strategies as providing a form of social critique that works from radical recontextualization, rather than direct attack.“ (Condry 2011: 12–16)

[6] Vgl. Lill, Felix. „Hatsune Miku. Der unechteste Popstar der Welt.“ URL: http://www.zeit.-de/kultur/musik/2013-06/hatsune-miku-japan-pop [Datum des Zugriffs: 30.9.2013].

Könnte man aus der bisherigen Darstellung Hatsune Mikus schließen, dass sich die mit dem Phänomen verbundenen Aspekte eher auf den virtuellen Raum bzw. auf ihm nahestehende Begleiterscheinungen beschränken, sollen nachfolgend dessen (Aus-)Wirkungen auf weitere reale Zusammenhänge thematisiert werden. So folgten der ersten starken Distributionswelle auf der Internetplattform Niko Niko Douga zahlreiche CD-Produktionen, in denen die im Internet meistaufgerufenen, im „crowd-sourced"-Verfahren entstandenen Lieder der virtuellen Sängerin zusammengefasst veröffentlicht wurden. Die Folge waren hohe Top Ten-Platzierungen in den japanischen Charts – einige Tonträger wurden mehr als 100.000 Mal verkauft – und der weitere Anstieg Hatsune Mikus Bekanntheitsgrades, der wiederum neue Vermarktungskonzepte nach sich zog: Zahlreiche Produkte wurden mit dem Konterfei der virtuellen Sängerin versehen, alleine bis 2010 verkaufte sich die reale Nachbildung Hatsune Mikus im Puppenformat 100.000 Mal. Die gesamte Anime-Szene nutzte die Illustration der virtuellen Sängerin und nutzte sie für ihre Zwecke. Der Videospielehersteller Sega verkaufte ab 2009 über 200.000 Mal für seine tragbare Spielekonsole PlayStation das Spiel „Projekt Diva", in der die 'originalen' Lieder von Hatsune Miku verarbeitet wurden. Gleiches gilt für den in Japan auf dem Karaoke-Markt führenden Anbieter Joysound, der einige auf der Internetplattform Niko Niko Douga von den Nutzern Hatsune Mikus gemeinschaftlich erstellte und hochgeladene Lieder für seine Zwecke vermarktete (vgl. Kenmochi 2012: 5388). Auch der konventionelle Musikmarkt reagierte, waren doch die bekanntesten Titel Hatsune Mikus bald nach ihrer Veröffentlichung im Internet auch real im Notensatz als Klavierauszug erhältlich (vgl. Verini 2012).

Den wohl bemerkenswertesten Transfer in die reale Welt stellen jedoch sicherlich Hatsune Mikus 'Live-Konzerte' dar, deren performativer Charakter evtl. mit dem Wort 're-immersiv' zutreffend beschrieben werden könnte.[7] Ursprünglich von der Firma Sega zur Vermarktungsoptimierung der erwähnten Videospiele entwickelt, haben sich mittlerweile die 'Auftritte' der virtuellen Sängerin im asiatischen Raum als ernstzunehmende Events etabliert, die bis zu 25.000 Konzertbesucher in ihren Bann ziehen (siehe Abb. 2). Mag man diesen und den auf der Internetplattform YouTube zu findenden Konzertmitschnitten Glauben schenken, vermag Hatsune Miku, als singendes und tanzendes 3D-Hologramm neben der real spielenden Liveband auf die Bühne projiziert, in einem abendfüllenden Programm ihr Publikum durchaus zu begeistern.[8] Dieses zeigt sich von den dargebotenen Liedern angetan („It doesn't take a human to sing a good song." (Verini 2012: o.S.)), an deren Entstehung die Rezipienten des Konzerts im Sinne der „crowd-sourced creativity" vielfach selbst mitgewirkt

[7] Als Immersionseffekt wird gemeinhin die starke Identifikation einer realen Person mit einer virtuellen Figur in einer fiktiven Welt bezeichnet. Im vorliegenden Fall wird die virtuell gestaltete Figur Hatsune Miku in eine real existierende Welt transferiert und dient dort als Identifikationsoption.

[8] Siehe „Hatsune Miku Live Party in Sapporo 2011." URL: http://www.youtube.-com/watch?v=2uOmQmM1mg4 [Datum des Zugriffs: 30.09.2013].

haben. Auch scheint sich das Publikum nicht an der Tatsache zu stören, dass die Lieder nicht von einer real existierenden Künstlerin dargeboten werden, sondern von einem Avatar, der sich anschickt, den real existierenden Menschen den Rang abzulaufen:

> „We know she's [Hatsune Miku] not a person. We like that she's a machine. Those of us who are into this like dealing with machines more than with people." (Verini 2012: o.S.)

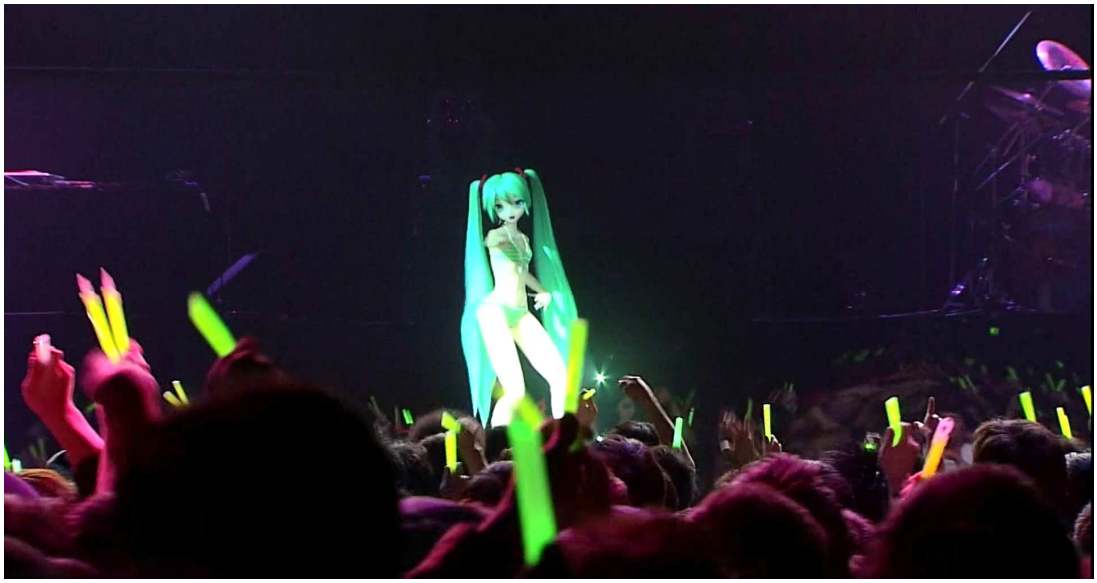


Abbildung 2: Hatsune Miku als Hologramm im 'Live-Konzert'. URL: http://-cdn.dualshockers.com/wp-content/uploads/2011/11/mikulive.jpg [Datum des Zugriffs: 30.09.2013].

Betrachtet man das vorgestellte Phänomen Hatsune Miku vor dem Hintergrund der zu Beginn aufgezeigten theoretischen Herangehensweisen, wird eine Vielzahl von offenkundigen Bezügen sichtbar. Dabei lässt sich grundsätzlich erkennen, dass eine sinnvolle Betrachtung medial inszenierter Gesangsphänomene nur hinreichend möglich ist, wenn neben objekt- auch subjektorientierte Zugangsweisen genutzt werden. So lassen sich den Vorstellungen Max Peter Baumanns folgend für alle Bereiche seiner Matrix der musikalischen Performanz (Produktion, Rezeption, Distribution, Evaluation, Repertoire, Vermittlungstechniken und Tradierung) bei Miku Hatsune inhaltliche Aspekte finden und miteinander in Beziehung setzen. Seine Feststellung, dass „Produzent, Performer, Rezipient und Musikereignis in einem einzigen Individuum zusammenfallen" (Baumann 2009: 53), kann genauso anschaulich nachvollzogen werden wie schon Werner Faulstichs zehn Jahre zuvor geäußerte Prognose, dass durch das Internet „Musik zur Verfügungsmasse" und zur „Spielwiese für individuelle Gestaltung und Bearbeitung" (Faulstich 2007: 197)

werde. Auch die von Baumann angesprochene Koexistenz von Virtuellem und Live-Performance findet sich im aufgeführten Beispiel wieder, werden doch Hatsune Mikus konventionelle ’Live-Konzerte’ vom Publikum akzeptiert, bei denen ’sie’ gemeinsam mit Live-Musikern auftritt.

Auch Dieter Ringlis Betrachtungsweisen lassen sich auf das Phänomen Hatsune Miku beziehen. Seine These, dass neben den konventionellen Parametern die „Ebene der klanglichen Realisation, der konkreten Ausführung, der Version, des Sounds [...] eine viel wichtigere Rolle spielt als die musikalisch-textliche Struktur“ (Ringli 2009: 61), wird durch den Umstand gestützt, dass von einzelnen Liedern der virtuellen Sängerin, wie bereits erwähnt, über 1.500 verschiedene Versionen existieren. Deren musikalische Ausgestaltung richtet sich aber weniger nach auf den Massenmarkt abgestimmten, zumeist urheberrechtlich monopolisierten Belangen, sondern eher nach den individuellen Interessen der einzelnen Softwarenutzer, die im Sinne der „crowd-sourced creativity“ gemeinsam ein Lied kreieren, ganz im Bewusstsein, dass dieses kein Endprodukt sein wird. Auch Ringlis Feststellung, dass aufgrund der medialen Entwicklungen die Möglichkeiten, an musikalischen Umgangsformen teilzuhaben, zunehmen werden, kann als äußerst zutreffend bezeichnet werden. Schon alleine die Tatsache, dass kein Spezialwissen für die Anwendung der „Singing Synthesis Technology“ vorausgesetzt wird, mag der Hauptgrund für die enorme Verbreitung der Software sein.

Peter Wickes Annahmen sind sicherlich die weitreichendsten, zumindest was den direkten Bezug zur menschlichen Singstimme angeht. Wenn er feststellt, dass sich insbesondere in der Popmusik die heutigen Stimmen „von ihren singenden Erzeugern ab[lösen] und beginnen sich mit ihrer besonderen Klangcharakteristik irgendwo zwischen Mensch und Maschine anzusiedeln“, so dass deren Klang „nicht mehr rückbeziehbar auf den Kontext und den Modus seiner Erzeugung“ sei, wird deutlich, wie stark sich diese Aussagen mit dem Phänomen Miku Hatsune decken, ja sich eventuell sogar noch weiter Richtung Maschine entwickelt haben, da der virtuellen Stimme so gar nichts real Menschliches mehr anhaftet. Genau das könnte auch der Grund dafür sein, dass ’ihre’ ’Live-Konzerte’ so zahlreich besucht werden, denn das von Wicke angeführte Bedürfnis vieler Fans nach tradierten kulturellen Primärerfahrungen der realen Tonerzeugung und ihrer Reflektion scheint alleine durch die virtuelle Beschäftigung mit Hatsune Miku nicht befriedigt werden zu können. Dies gelingt nach wie vor nur durch das konkrete soziale Gemeinschaftserlebnis in der Realität eines konventionellen ’Live-Konzertes’ (vgl. hierzu auch Rösing 2000: 20 f.).

Am 31.08. diesen Jahres, dem vermeintlichen ’Geburtstag’ Hatsune Mikus, haben ihre Entwickler den Verkauf der neuen englischsprachigen Version der virtuellen Sängerin für den europäischen Markt gestartet. Man darf also gespannt sein, ob die „Singing Synthesis Technology“ auch auf diesem Kontinent weitere Anhänger findet, ob und ggf. wie sie sich auf unser zukünftiges

Verständnis von Gesang und Stimme auswirkt sowie auf unseren Umgang mit ihr.

Literaturverzeichnis

Baumann, Max Peter. 2009. „Tradierung-Popularisierung-Medialisierung. Bausteine zu einer Theorie des populären Singens“. In *Ewigi Liäbi. Singen bleibt populär*. Hg. Walter Leimgruber, Alfred Messerli und Karoline Oehme. Münster et al.: Waxmann. S. 37–54.

Condry, Ian. 2011. „Post 3/11 Japan and the Radical Recontextualization of Value: Music, Social Media, and End-Around Strategies for Cultural Action“. In *International Journal of Japanese Sociology Nr. 20*. S. 4–17.

Eidsheim, Nina Sun. 2008. *Voice as a technology of selfhood: towards an analysis of racialized timbre and vocal performance*. Diss. San Diego: O.A.

Faulstich, Werner. 2000. *Medienkulturen*. München: Fink.

Höfer, Friedrich. 2008. *E-Learning im Musikunterricht*. Salzburg: Univ. Mozarteum.

Kenmochi, Hideki. 2012. „Singing synthesis as a new musical instrument“. In *Intern. Conference Acoutics Band 7*. S. 5385–5388.

Leimgruber, Walter / Messerli, Alfred / Oehme, Karoline (Hg.). 2009. *Ewigi Liäbi. Singen bleibt populär*. Münster u.a.: Waxmann.

Ringli, Dieter. 2009. „Struktur und Klang. Das Lied im medialen Kontext“. In *Ewigi Liäbi. Singen bleibt populär*. Hg. Walter Leimgruber, Alfred Messerli und Karoline Oehme. Münster et al.: Waxmann. S. 57–69.

Rösing, Helmut. 2000. „Digitale Medien und Musik: Zwölf Thesen“. In *Musik im virtuellen Raum. KlangArt-Kongreß 1997*. Hg. Bernd Enders und Joachim Stange-Elbe. Osnabrück: Universitätsverlag Rasch. S. 13–24.

Verini, James. 2012. „Immaterial Girl.“ In URL: http://go.galegroup.com-/ps/i.do?id=GALE%7CA311971553&v=2.1&u=vol_h251&it=r&inPS=true&prodId=GRGM&userGroupName=vol_h251&p=GRGM&digest=5cba496b6da8e2f90252f415277210d5&rssr=rss [Datum des Zugriffs: 30.09.2013].

Wicke, Peter. 2009. „Confessions on a dance floor“. Das Lied als Industrieprodukt. In *Ewigi Liäbi. Singen bleibt populär*. Hg. Walter Leimgruber, Alfred Messerli und Karoline Oehme. Münster et al.: Waxmann. S. 89–103.