

roboto – virtual soul jazz

Konzeption

Diplomarbeit von Lisa Helm

Betreuender Dozent: Prof. Diedrich Diederichsen

Studiengang: Kommunikationsdesign

Merz Akademie, Hochschule für Gestaltung Stuttgart

Sommersemester 2006

847

Gliederung

1 Theorie	3
1.1 Idee	3
1.2 Motivation	3
1.3 Internet killed the video star	4
1.4 Zielsetzung	5
2 Gestaltung	8
2.1 Stil	8
2.2 Geschichte	8
2.3 Ergebnis	9

1 Theorie

1.1 Idee

Innerhalb der Untersuchung der theoretischen Arbeit sind der Reiz und die Vorzüge einer virtuellen Band, die das Stilmittel der Karikatur verwendet, die Bedeutung des Mediums Videoclip und die neuen Wege der Musik-Verbreitung über das Internet diskutiert worden. Unter Berücksichtigung dieser Untersuchungen wird nun in der praktischen Ausarbeitung ein Konzept für eine weitere virtuelle Band entwickelt. Die ausgewählte Band namens **roboto** befindet sich – im Gegensatz zu den in der Untersuchung genannten Fällen – nicht im Bereich der Popmusik, sondern stammt aus dem Genre des Jazz.

1.2 Motivation

Der musikalische Anspruch des Jazz unterscheidet sich stark vom Mainstream-Charakter¹ der Popmusik. Das wiederum ist ein Grund, warum Jazz besonders jungen Menschen oft schwer zugänglich scheint, da ein persönlicher Bezug zu diesem Musik-Genre meist fehlt, obwohl es sehr viele Richtungen auch im Pop inspiriert hat. Dieser Bezug kann allerdings aufgebaut werden, wenn die Musik sich in ihrer Darstellungsweise an den neuen medialen Verhältnissen orientiert und sie für sich nutzt. Bei der Soul Jazz-Band **roboto** soll durch illustrative Darstellung, dem Stilmittel der Karikatur und der Animation eine neue Ausdrucksweise geschaffen werden, die die Vorzüge dieser Musik auf eine abstrahierte, karikative Art und Weise hervorhebt. Die Band verzichtet bewusst auf den Live-Auftritt und transportiert stattdessen die Energie, die aus der Improvisation im Jazz entsteht, nunmehr durch die überzogene und freie Gestaltung im Videoclip. Ein weiterer Grund ist, dass der Jazz als Real-Video-Aufnahme nicht gut funktionieren kann, da die Energie und Spontaneität durch eine reale Abbildung nicht passend eingefangen wird. Obwohl **roboto** besonders ein junges Publikum von ihrer Musik überzeugen möchten, wird die Band ganz bewusst das Musikfernsehen umgehen, und ihre Musik stattdessen über das Internet präsentieren, da dieses den perfekten Lebensraum für eine virtuelle Band darstellt. Dort kann die Band neben Myspace², Google Video³ oder YouTube⁴ auch andere schon vorhandene und populäre Musiknetzwerke und Video-Plattformen nutzen. Durch sie ist es möglich die Band – bestehend aus virtuellen Charakteren – und ihre Musik

1 Hauptströmung [engl.]. Eine allgemein herrschende Denk- oder Handelsrichtung z.B. in der Mode, Literatur, Musik.

2 www.myspace.com: Internet-Plattform die auf der Basis einer Netzwerk-Gemeinschaft aus registrierten Nutzern fungiert.

3 www.video.google.com: (Beta Version) Internet-Plattform die Webspace für Videos allgemein zur Verfügung stellt und keine Registrierung erfordert.

4 www.youtube.com. Motto: Broadcast Yourself, Vergleichbar mit Google Video.

über Videoclips kostenfrei einem breigefächerten jungen Publikum zugänglich zu machen und schnell zu verbreiten.

Da sich **roboto** nur im digitalen, virtuellen Bereich des Internets bewegt, wird auf den Live-Charakter bewusst verzichtet und stattdessen die Darstellung auf einer neuen, gestalterischen Ebene umgesetzt. Dieser Aspekt baut darauf auf, dass viele Menschen ihren Alltag mit Musik gestalten und den Live-Act einer Band nur sehr selten bis gar nicht erleben. Oft befindet sich ein Großteil der Musik auf digitalen Datenträgern oder auf dem Computer. Zumal sind Klangdateien, zum Beispiel in Form von Mp3, ein übliches Medium für den alltäglichen Gebrauch geworden – vor allem am Computer. Das zeigen auch die Mediengewohnheiten der Gesellschaft auf, die sich in den letzten Jahren stark verändert haben. Das Internet ist inzwischen zu einer der wichtigsten Quelle zur Beschaffung und zum Erwerb von Musik, Filmen oder Computerspielen geworden. MTV startet am 01. August 1981 sein Fernsehprogramm mit dem Video zum Song der Buggles – »Video killed the radio star«⁵. Die Bedeutung des Musikvideos ist zwar seitdem deutlich gewachsen, doch mittlerweile scheint ein neues Motto zu gelten: »Internet killed the video star«. So hat das Internet in den letzten 20 Jahren den Fernseher in vielen Bereichen als Massenmedium abgelöst. Zum einem kombiniert das Internet – genau wie der Fernseher – akustische und visuelle Medien, bietet aber zusätzlich viel mehr Interaktionsmöglichkeiten.

1.3 Internet killed the video star

Der Kauf von Mp3s über das Internet mittels Download und Bezahlung via Kreditkarte oder Bankabbuchung ist bereits seit einigen Jahren Standard (E-Commerce). Internet-Shops wie Napster⁶ oder iTunes⁷, die ihren Schwerpunkt auf Musik gelegt haben, bieten Musik und inzwischen auch Videoclips zum Download an. Dieser Dienst ist allerdings kostenpflichtig, so dass inzwischen andere Websites den Nutzer – vor allem Jugendliche – mit legalen kostenfreien Angeboten locken. Auf Seiten wie Myspace findet dieser Austausch ohne Bezahlung statt. Diese »unkommerzielle« Ausrichtung ist demnach besonders interessant für junge Menschen, denen nicht die nötigen Mittel zu Verfügung stehen, oder die es gewohnt sind, sich im Internet Musik und Videos zu beschaffen. Myspace ist eine, besonders im US-amerikanischen Raum populäre Internetseite, die 1998 gegründet worden ist. Nach friendster.com und tribe.net ist sie eine der populärsten Seiten für das so genannte »social networking«. Das auf solchen Plattformen konstruierte soziale Netzwerk basiert auf ein Interaktionsgeflecht aus registrierten Benutzern. Myspace stellt seinen Nutzern nach

5 Thomas Lau: Idole, Ikonen und andere Menschen. In: In: Peter Kemper, Thomas Langhoff, Ulrich Sonnenschein (Hrsg.) : Alles so schön bunt hier – Die Geschichte der Popkultur von den Fünfzigern bis heute. Stuttgart, Phillip Reclam jun., 1999, S. 241.

6 www.napster.com.

7 www.apple.com.

Anmeldung kostenlosen Webspace zur Verfügung, und bietet ihnen so die Möglichkeit ein Profil mit eigenen Bildern, Musik und Videos hochzuladen. Diese Medien können dann ebenso kostenlos von den anderen Internetnutzern angesehen und gehört werden. Zudem ist es auf Myspace den Benutzern möglich die Inhalte der Seite durch einen Blog zu kommentieren oder von anderen kommentieren zu lassen, und per Knopfdruck Informationen und Empfehlungen an Freunde via E-Mail weiterzusenden. Diese können wiederum einfach durch einen Link auf die jeweilige Seite gelangen können. Durch die kostenfreien Nutzung der Plattform hat die Myspace-Seite inzwischen einen hohen Grad an Popularität erlangt, die Anfang April 2006 laut dem Magazin *De:bug* 68 Millionen Myspace-Accounts gezählt hat.⁸ Myspace wollte sich ursprünglich besonders an Musiker wenden, denen auf diese Weise kostenlos Webspace zu Verfügung gestellt wird, was erklärt warum die Seite inzwischen auch ein beliebter Anlaufpunkt für Musikinteressierte ist, die sich über das Internet, und nicht über die Musiksender informieren wollen. Aufgrund des Erfolgs dieses Projekts haben auch prominente Musiker bereits die Seite für sich entdeckt. Sie wird verwendet um neue Veröffentlichungen schnell zu verbreiten. Sehr ähnlich funktionieren auch die Beta-Version von Google Video oder das YouTube-Portal. Diese Plattformen haben sich auf die Veröffentlichung von Videomaterial spezialisiert. Benutzer erhalten hier ebenso kostenlos Webspace, den sie mit Videodateien füllen können und öffentlich zugänglich machen.

Eine solche Verbreitung kann man auch als viral bezeichnen. Der so genannte »viral«⁹ ist inzwischen auch fester und erfolgreicher Bestandteil von Werbekampagnen, und versucht auf neuen Wegen auf die Zielgruppe einzuwirken. Die genannten Seiten ermöglichen mittels viraler Verbreitung auch Konsumenten zu erreichen, die vielleicht von sich aus nicht auf diese Seite gekommen wären und dies durch die Empfehlung von Freunden erfahren. Die heutige Arbeitswelt wird zu großen Teilen von der Arbeit am Computer dominiert und auch viele Jugendliche besitzen bereits einen Rechner. Ebenso ist ein Internet-Anschluss und der Nachrichten-Austausch via E-Mail nahezu nicht mehr weg zu denken. Auf diesem Umstand baut das virale Marketing auf. Es wurde durch die Werbe-Branche geprägt und ist ein Marketing-Verfahren, bei der sich die Botschaft zum Beispiel in Form eines Video-Spots über das Internet schnell verbreitet. Dabei zählt vor allem der Vorteil, dass sie Zielgruppe den Werbeträger freiwillig an Dritte weiterleiten. Diese lawinenartige oder eben auch virale Verbreitung passiert dann fast wie von selbst, vorausgesetzt der Inhalt der Botschaft trifft die richtige Zielgruppe und trägt die passende Botschaft.

8 Clara Vöker: Das digitale Poesiealbum Myspace.com. In: *Debug*, Nr. 102 (05/2006), S.58-59.

9 viral [engl.] – durch einen Virus entstanden. Bezeichnet die schnelle, virusartige Verbreitung z.B. eines Werbespots.