

Brigitta Muntendorf
Social Composing

Gegenwärtiges Komponieren erfordert *gegenwärtige Kommunikationsmodelle* im künstlerischen Schaffensprozess. Die seit den 1990er Jahren stattfindende digitale Revolution, Wissensteilung und Vernetzung über Social Media Plattformen oder digitale Realitätserweiterungen verändern stetig unser Kommunikationsverhalten, und es sind die rhizomatischen und verweisenden Kommunikationsstrukturen, die unsere Gesellschaft und unsere Wahrnehmung im Realitäts-Virtualitäts-Kontinuum am stärksten prägen.

Wirken über Mitwirken, Mitteilen über Teilen in gemischten, permeablen Realitäten – es sind die sozialen Plattformen der inzwischen real-digitalen Räume und ihre Kommunikationsmodelle, in denen Wechselwirkungsprozesse zwischen Information und gesellschaftlicher Resonanz erforscht, verworfen, gelebt, als kontrollierend oder befreiend empfunden und genutzt oder missbraucht werden. Aus diesen Modellen heraus müssen wichtige gesellschaftliche und künstlerische Fragen neu gestellt werden, wie die nach der Konstruktion von Identitäten und Gemeinschaften oder jene über die Definitionen von Präsenz und Anwesenheit, über das Private und das Öffentliche und über die Möglichkeiten sinnlicher Erfahrungen innerhalb digitaler Künstlichkeit.

Gegenwärtige Kommunikationsmodelle

Social Composing¹ verortet sich in seinem Gedankenansatz genau hier. Es ist eine Denk- und Wahrnehmungseinheit, die nach Artikulationsstrategien sucht, um vorhandene Phänomene an der Schnittstelle real-digitaler Kommunikationsmodelle zu reflektieren, weiterzuführen, ihnen vielleicht etwas entgegenzusetzen. Social Composing basiert auf der Intention, durch Musik und Intermedialität vermitteln zu wollen, das heißt die Kommunikationsfähigkeit von Musik radikal ins Zentrum zu stellen, um grundsätzlich Resonanzen bei allen im Virtualitäts-Realitätskontinuum lebenden Menschen auslösen *zu können*.

Die Konsequenz für den Schaffensprozess beim Social Composing ist das Agieren innerhalb und mit real-digitalen Kommunikationsmodellen, was zum Beispiel auch bedeutet, dass das Wechselspiel zwischen Künstler und User, zwischen Kunst und gesellschaftlicher Resonanz ein konstanter Gegenstand der Auseinandersetzung ist. Bislang wurden Komponisten gefragt, ob sie für oder gegen ein Publikum, für sich oder für andere schreiben. Social Composing entzieht sich diesen Kategorien, es verlangt die Auseinandersetzung mit den neu entstandenen Kommunikationsformen in den sozialen Medien: das Prinzip tweet/re-tweet und die Idee des Teilens und Kommentierens, das Prinzip Live-Chat, Interaktionen in Online Communities oder über Virtual Reality bis hin zu den Präsentationsformen bei Youtube, Youporn & Co.

Als Social Composing bezeichne ich Kompositionsstrategien, die sich mit Social Media oder Social-Media-immanenten Kommunikationsmodellen beschäftigen und ihr Material daraus generieren. Meint das ein Komponieren in einem sozialen Umfeld, statt an einem »asozialen« Schreibtisch? Mehr oder weniger. Es gibt beim Social Composing wie auch bei der Social Media Art zwei grundlegende Ansätze. Beiden Ansätzen ist gemeinsam, dass sie nur mit dem Internet und durch Onlineplattformen entstehen können, unterscheiden sich jedoch in ihren Arbeitsprozessen. Beiden Formen ist auch gemeinsam, dass es sich um eine Arbeit mit oder in solchen Kommunikationsmodellen handelt, deren Organismus ein intermediärer ist.

Der eine Ansatz umfasst Kompositionen, die Social Media als kompositorisches Material nutzen, bei dem der Kompositionsprozess aber abgetrennt von der Quelle, den digitalen Plattformen, stattfindet. Wichtig ist jedoch, dass die Kompositionsstrategie Social Media immanente Kommunikationsmodelle einbezieht.² Wird bei diesem Ansatz ein Social Media Phänomen in eine geschlossene musikalische Form gebracht, werden zum Beispiel Audioverzerrungen aus Live-Streams musikalisch abgebildet, das Phänomen der Vervielfältigung audiovisuell als vom Kontext abgelöstes Element übertragen etc., sind dies Arbeiten *über* Social Media, jedoch keine *mit* einem ihrer Kommunikationsmodelle und zählen somit auch nicht zum Social Composing.

Beim zweiten Ansatz des Social Composing findet der Kompositionsprozess direkt in den sozialen Plattformen statt, so dass der Dialog Bestandteil des Werkes wird. Extreme Formen münden hierbei im User-generated-Content, wie zum Beispiel bei der von Aaron Koblin und Daniel Massey initiierten Audiocollage *Bicycle Built For 2000*, die über *Amazons Mechanical Turk Webservice* Arbeitnehmer aus einundsiebzig Ländern dazu aufriefen, den computersimulierten Song *Daisy Bell* nachzusingen.³ Auch das Projekt *Crowdsound* von Brendan Ferris ist als Prototyp⁴ hier anzusiedeln, wenn User den Verlauf eines Songs oder Textes über Voting bestimmen. Die prominenteste Vertreterin Social Composing im digitalen Raum ist die virtuelle Pop-Diva Hatsune Miku, die mit Songs ihrer Fans am Leben gehalten wird und sowohl soziale Medien als auch reale Konzerthäuser erobert hat.

Sind wir bereit für Social Composing?

Es ist nicht sehr verwunderlich, dass die prominentesten Beispiele für die zweite Form des Social Composing im kommerziellen Bereich zu finden sind – für die neue Musik bedeutet diese Arbeitsweise, auch unabhängig vom Community-Gedanken der genannten Beispiele, neue Profile von Ausführenden und neue Arbeits- und Aufführungsweisen zu schaffen. Konzerthäuser sind in ihrem Dasein als geschlossene Räume der denkbar ungünstigste Aufführungsort für Social Composing-Konzepte, es sei denn, die schon lange anstehende Wandlung hin zu offenen, mobilen, transformationsfähigen und spartenverbindenden Aufführungsorten setzt ein oder die Komposition selbst öffnet den Ort nach außen. Festivals bieten zumindest durch ihre Struktur die Möglichkeit des Austauschs, aber

auch hier stoßen die neuen Kommunikationsmodelle schnell an Raumgrenzen – der am besten geeignete Ort ist das Netz selbst, am besten mit einer Projektionsfläche in die reale Welt hinein.

Bindeglieder zur neuen Musik sind die künstlerische Auseinandersetzung und ein fragiler Corpus: Das wichtigste Instrument in der neuen Musik im Zusammenhang mit Social Composing ist nicht das performative Objekt (Trompete, Violine, Synthesizer, Video, Elektronik etc.), das wichtigste Instrument, zugleich aber auch am stärksten historisch und gesellschaftlich beeinflusst, ist der oder die Ausführende, der oder die Interpret/in. Während bildende Künstler ihr Instrumentarium frei wählen können und somit auch bestehende Konnotationen kultureller oder gesellschaftlicher Art, sind KomponistenInnen mit professionellen Musikern oder Ensembles konfrontiert, deren Sinnhaftigkeit in den meisten Fällen in der Präsentation trainierter Perfektion, Virtuosität im Spiel, kurz: in der historisch geprägten Profession liegt. Um diese Fähigkeiten im Social Composing einsetzen zu können, muss jedoch das den real-digitalen Kommunikationsmodellen immanente Performende addiert werden. Dies spiegelt sich zum Beispiel in der Verschiebung der Parameter Komplexität und Virtuosität vom rein musikalischen Spiel in Richtung einer Komplexität und Virtuosität von Bedeutungen, von Abläufen, Räumen bis hin zum Einsatz von Musikern als Auslöser, als Trigger zeitgesteuerter Prozesse. Konsequenzen daraus sind – ähnlich wie in sozialen Netzwerken oder erweiterten Realitäten – das Verschwinden des Menschen hinter dem Instrument zwecks seiner Funktionalität und die Aufrechterhaltung des »Menschlichen« in Form von Körperlichkeit, Unschärfe und Verstärkung eines Erlebnisses durch Identifizierung und somit Vervielfältigung des eigenen Wahrnehmungskreises.

»If men define situations as real, they are real in their consequences« lautet das berühmte Theorem der amerikanischen Soziologen W. I. und D. S. Thomas⁵ von 1928 in Bezug auf die Erforschung paranoiden Verhaltens, das heute ebenso auf digitale Kommunikationsmodelle zutrifft. In der Komplexität einer solch unkontrollierbaren und inkonsistenten Gegenwart entstehen unzählige Räume für subjektive Wirklichkeiten, ganz gleich, ob aus einem Bedürfnis des Einzelnen heraus oder aus den gegebenen Möglichkeiten. Der Versuch, sich reale Objektivität zu bewahren, wird dabei zwar nicht gänzlich aufgegeben, doch scheint er immer uninteressanter zu sein, wenn doch die Möglichkeit besteht, sich seine Realität mit dem »Ja-Netz« (das Netz widerspricht nicht, es vervielfältigt nur den eigenen Wahrnehmungshorizont) selbst zu kreieren. Social Composing als Strategie kann hier Impulse für die Sichtbarmachung und Konzentration von Wahrnehmungen setzen – und einen Teil dazu beitragen, dass neue Musik über ihr Kommunikationsmodell in die Gesellschaft findet.

1 Siehe mein Artikel: *Anleitung zur künstlerischen Arbeit mit der Gegenwart* in: *Zurück zu Gegenwart? Weltbezüge in Neuer Musik*, hrsg. v. Jörn Peter Hiekel, Veröff. des INMM Darmstadt, Band 55, Schott: Mainz S.62.

2 Beispiele hierfür: die ersten Stücke meiner 2013 begonnene Reihe *Public Privacy* (*#flute cover*, *#piano cover*, *# trumpet cover*, *#trombone cover*); Sergej Maingardt, *It's Britney Bitch* (2013); Richmond & Chladil, *Overheard* 2008-2010); Beispiel für eine Social Media Performance: Keiner, Brandrup, Seeman, *Public is the new Private* (2012), Infos: <http://www.publicisthenewprivate.com> (zuletzt aufgerufen 15.07.2016)

3 Der von Harry Dacre 1892 komponierte Song wurde erst sechzig Jahre später bekannt. John Kelly, Max Matthews, Carol Lockbaum verwendeten ihn 1962 für den Einsatz musikalischer Sprachsynthese. <http://www.bicyclebuiltfortwothousand.com> (zuletzt aufgerufen 15.07.2016)

4 Ferris verfolgt die nicht künstlerische Intention, mit dieser Art des Komponierens den Geschmack der Masse zu treffen – Resultat ist ein austauschbarer musikalischer »Weichspüler« Das Konzept könnte durch Wahl anderer musikalischer Parameter hochinteressant sein.

5 William I. Thomas, Dorothy S. Thomas, *The Child in America: Behavior Problems and Programs*, Knopf 1928.