

Mack Hagood: Hush: Media and Sonic Self-Control

Durham, London: Duke UP (Sign, Storage, Transmission), 276 S., ISBN 9781478003809, USD 26,95

Mack Hagood erörtert in seinem Buch, wie Hören, akustische Räume und Medientechnologien miteinander in Verbindung gebracht werden. Im Zentrum stehen Geschichte, Ökonomisierung und Potenziale affektiver

Mediennutzung sowie diesen zugrunde liegende Diskurse. Hagood ist zum einen an der Remedialisierung von Affekt durch Hörtechnologien interessiert. Zum anderen argumentiert der Autor für ein Konzept von

orphic media', die für ihn Kontrollmedien darstellen: Sie ermöglichten es, unerwünschte Geräusche nicht zu hören und positionierten Nutzer_innen damit zugleich als Subjekte der Kontrollgesellschaft nach Gilles Deleuze (*Unterhandlungen: 1972-1990*. Frankfurt: Suhrkamp, 1993). In Abgrenzung zu Michael Bull's Vorstellung eines Odysseus-gleichen iPod-Users im urbanen Lärm (*Sound Moves. iPod Culture and Urban Experience*. London: Routledge, 2007) vertritt Hagood die Position, dass orphische Medien „media without content“ (S.22) seien. Nicht ‚Information‘ stehe im Mittelpunkt, sondern das affektive, trennend-verbindende Potenzial dieser Medientechnologien (S.5).

Der erste Teil des Buches erschließt mit qualitativen Methoden den Tinnitus als vielschichtiges Hör-Phänomen in seiner gegenwärtigen Bedeutung und medizingeschichtlichen Dimension. Tinnitus-Betroffene seien „the most dedicated users“ (S.34) orphischer Medien, denn letztere erlaubten eine „affective suppression of tinnitus“ (S.35, Herv. i. Orig.). Zum einen sei es die Angst (vor dem Tinnitus) als affektive Kraft, die diese Hörbehinderung durchziehe, zum anderen werde dem Störgeräusch mit Medienpraktiken begegnet, um es zu kontrollieren. Hagood argumentiert im Anschluss an die *Disability Media Studies*: „media technologies are often implicated in the emergence of bodies as ‚able‘ or ‚disabled‘ in a given moment“ (S.35). Aufschlussreich sind dafür seine qualitativen Fallstudien, die sich der Untersuchung des hörenden „biomedi-

ated body“ (S.43) widmen. Auch seine Beschreibung des Audiometers sticht hervor: Dieses diene bei Tinnitus aber nicht zur Messung der Hörfähigkeit, sondern zur Feststellung des Phantom-Klanges und liefere so Daten für die Programmierung spezifischer Devices (S.56-72). Vielversprechend erscheint für die Analyse des Tinnitus-Nicht-Hörens der praxeografische Ansatz von Annemarie Mol (*The Body Multiple*. Durham: Duke UP, 2002), der das Enaktieren von Praktiken durch heterogene Entitäten betont. Diesen bringt Hagood zu Gunsten einer User-Zentrierung aber nicht stringent ein.

Der zweite Teil des Buches setzt sich mit *sound masking technologies* auseinander. Seit den 1960er Jahren ergänzen Rauschgeneratoren architektonischen Lärm- und individuellen Hörschutz. Als orphische Medien seien sie in der Lage, „to sonically reconfigure the spatial and affective relations between subjects and objects in [...] [their] environments“ (S.77). *Sleep mates* – Rauschen erzeugende Einschlafhilfen – tragen dazu bei, ihre Nutzer_innen im Kontext eines „postwar quiet“ (S.90) zu situieren. Der *sound screen* zielt darauf ab, zu Hause konzentrationsfördernde oder entspannende Klangumgebungen zu schaffen (S.111). Letzteres beabsichtigten auch die LPs der *Environment*-Serie von Irv Teibel: Deren 22 Klangumgebungen basierten auf Aufnahmen des Ozeans, Vogelgesang oder Wald-Atmos und stellten potenziell „spaces of possibility“ (S.145) in Aussicht. Sie wurden teils in den Bell Telephone Laboratories produziert, wobei frühe digitale

Soundbearbeitungstechnologien zum Einsatz kamen (S.138). Gegenwärtig, so Hagood, würden ‚orphische Apps‘ wie Lightning Bug durch archetypische Klänge wie zum Beispiel Wasser oder Wind „a simulation of silence“ (S.149) und einen „quiet storm of comfort sound“ (ebd.) gegenüber städtischem Lärm ermöglichen. Solche Anwendungen stellten Regulierungsprozesse eines „self in control“ (S.155) dar, das zugleich durch Medientechnologien affektiv situiert werde.

Der dritte Teil problematisiert aus kulturwissenschaftlicher Sicht rezente Technologien des *noise canceling* (NC). Wie das fünfte Kapitel darlegt, wurde NC von Bose zuerst für die optimierte Pilotenkommunikation über Headset genutzt. Bei den Produkten für den privaten Gebrauch gehe es jedoch nicht um eine verbindende, sondern um eine trennende Dimension: NC-Kopfhörer wie Bose QuietComfort stellen eine akustische Isolation der User_innen in Aussicht und versprechen ‚ungestörtes‘ Musikhören in lauten Umgebungen. Diese Produkte richteten sich in der Anfangszeit hauptsächlich an „white business traveler[s]“ (S.179) und markierten somit eine „sonic color line“

(Stoeber, Jennifer L.: *The Sonic Color Line*. New York: NYU Press, 2016). Wie sich die Gebrauchsweisen von NC-Kopfhörern diversifizierten, verdeutlicht Hagood mit einer Fallstudie zu Beats Electronics. Dort analysiert er die Werbekampagne ‚Hear what you want‘ und zieht durch die Betrachtung rassialisierter Kopfhörer-Semantiken auch Verbindungslinien zur Protestbewegung *Black Lives Matter*.

Das Buch endet mit einem Ausblick auf algorithmisches Hören: *Hearables* (auch: *smart headphones*) würden User_innen in akustisch-mobile Filterblasen versetzen, Hörpräferenzen prozessieren, antizipierbar machen und so „new affective assemblages“ (S.231) verfertigen. Hagood benennt einige Beispiele, die in Zukunft mehr wissenschaftliche Aufmerksamkeit verdienen. Da algorithmisch operierende Hörtechnologien Situationen des Hörens radikal rekonfigurieren, sollten neben den kulturellen Repräsentationsmodi zukünftig auch die multiplen und praktischen *enactments* digitaler Hörpraktiken stärker in den Fokus medienethnografischer Analysen rücken.

Robert Stock (Konstanz)