

Ohren und Kopfhörer im öffentlichen Raum

David Waldecker

Beitrag zur Veranstaltung »Körper-Öffnungen« der Sektion Soziologie des Körpers und des Sports

Tragbare Geräte, mit denen Musik oder andere Klänge privatisiert in der Öffentlichkeit gehört werden können, sind heute weit verbreitet. Während sich die Abspielgeräte im Laufe der Zeit geändert haben – vom *Walk-* über den *Discman* und den MP3-Player hin zu Mobiltelefon und Smartphone –, werden alle mit einem verhältnismäßig unspektakulären Artefakt benutzt: dem Kopfhörer¹. Mit seiner Nutzung im öffentlichen Raum wurde eine vor allem moralisch geführte Debatte losgetreten, die inzwischen weniger präsent ist, aber auf soziologischer Ebene bisher kaum reflektiert wurde. Es stellt sich nun zum einen die mikrosoziologische Frage, ob und wie der Kopfhörer in den alltäglichen Austausch integriert wird und zum anderen, inwiefern hier überhaupt eine auch in der soziologischen Literatur beschriebene Abkopplung der Akteur/-innen von der Öffentlichkeit vorliegt. Zur Diskussion steht also, wie der Kopfhörergebrauch durch die mehr oder weniger sicht- und hörbare Blockade der Ohren in den „öffentlichen Austausch“ (Goffman 1974) eingreift.

Trotz seiner weiten Verbreitung hat sich die Soziologie bisher wenig mit dem Kopfhörer auseinandergesetzt. Zwar gibt es eine anhaltende Diskussion um das Verhältnis von Musikgeschmack und sozialem Status – Stichwort *kultureller Allesfresser* (Peterson 1992; Rossman, Peterson 2015; vgl. dazu Kropf 2012) –, diese hat sich jedoch nicht auf die Wertschätzung von musikrelevanten Artefakten ausgedehnt. Aber auch Ansätze, die sich mit dem konkreten Gebrauch von Musik im Alltag beschäftigen (Hennion 2001; McCormick 2012), interessieren sich nur selten für die damit zusammenhängenden Technik. Michael Bull erläutert zwar, mit welchen Strategien und Mustern die mobilen Hörmedien wie der *Walkman* (Bull 2000) oder der *iPod* (Bull 2007) genutzt werden; den Kopfhörer nimmt er dabei allerdings als selbstverständlich hin. Auch Tia DeNora, die sich einer Soziologie der *Music in Everyday Life* (DeNora 2000) verschrieben hat, beschreibt, wie und in welchen Situationen Individuen Musik gezielt nutzen und wie sie von ihr affiziert werden. Obwohl Kopfhörer auf dem Buchcover der gleichnamigen Monographie prominent abgebildet sind, sind sie im Buch eine Leerstelle. Anders ist dies in den *sound studies*, einem aus den Medien- und Kulturwissenschaften entstandenen Forschungsbereich, der sich dem Spannungsfeld von Hören, Klang und Technik widmet. Stefan Lepa beispielsweise untersucht, wie

¹ Dank der internationalen Standardisierung von Steckverbindungen könnte man den gleichen Kopfhörer bzw. dessen Kabel per sogenannter „Mini-Klinke“ an eine Vielzahl der hier erwähnten Geräte anschließen.

Nutzer/-innen zwischen der Nutzung von Kopfhörern und von Lautsprechern auswählen (Lepa 2013), beschränkt sich damit aber auf die Situation in der Privatwohnung.²

Die im Zentrum dieses Beitrags stehenden Fragen sind also die, wie der Kopfhörer die Interaktion in der Öffentlichkeit verändert und wie die Individuen konkret mit dieser Veränderung umgehen. Die Beantwortung dieser Fragen wird im Umkehrschluss auch etwas über die Rolle des Ohrs in der Interaktion zu Tage bringen. Nach einem kurzen Abriss des technisierten Hörens in der Öffentlichkeit sollen diese Fragen an Hand von Beobachtungsdaten aus dem öffentlichen Nahverkehr und Universitätsgebäuden sowie ethnographischen Interviews beantwortet werden.³

Zur Geschichte des Kopfhörers in der Öffentlichkeit

Die massenhafte Nutzung des Kopfhörers in der Öffentlichkeit ist ein relativ junges Phänomen. Sie kam in den achtziger Jahren mit der Einführung des *Walkman* auf. Zuvor, seit dem Ende des 19. Jahrhunderts, waren Kopfhörer außerhalb der Wohnung vor allem in einem professionellen Umfeld anzutreffen, in der Telegraphie, Funk- und Telefonzentralen und in der Audio- und Videoproduktion. Dort waren sie allerdings meist an einen größeren Apparat, wie ein Mischpult oder eine andere Konsole angeschlossen (vgl. Stamp 2013). Die mobile Nutzung von Kopfhörern kam mit den ersten elektrischen Hörgeräten in den 1950er Jahren auf. Diese bestanden aus einem am Gürtel oder um den Hals getragenen Kasten, der Mikrophon und Verstärker enthielt, und einem kleinen, als „Hörolive“ bezeichneten Ohrhörer, der das Signal über ein Kabel an das Ohr weitergab (Weber 2008: 155). Zu diesem Zeitpunkt waren die meisten Geräte zum Abspielen von Musik in der Öffentlichkeit primär mit Lautsprechern ausgestattet. Mit der Einführung des *Walkman* 1980 ändert sich nun das Bild: Der *Walkman* und seine Kopien sind keine Prothesen, sondern Freizeitbegleiter. In Bezug auf die technischen Bauteile, so Heike Weber in ihrer umfassenden Geschichte mobiler Hörmedien, war der *Walkman* kein Novum; schließlich kam zur selben Zeit die CD mit viel besserer Klangqualität auf den Markt. „Jedoch durchkreuzte die Kombination von Kassette und Stereokopfhörern die in der westdeutschen Branche polar gedachten Produktkulturen vom klanglich mäßigen, aber multifunktionalen Kassettenrekorder für unterwegs und vom hochwertigen HiFi-Gerät für das intensive, stationäre Musikerlebnis zu Hause“ (Weber 2008: 178f.). Im Gegensatz zu der nur einseitig ausgeführten Hörolive, die bei vielen Kofferradios anschließbar war (Weber 2008: 156), wurden nun, wie bei der HiFi-Anlage, beide Ohren mit Lautsprechern versorgt. Bemerkenswert ist, dass das erste Modell von Sony von 1979 zwei Kopfhörerausgänge hatte, ebenso wie eine Taste, welche die abgespielte Musik leiser machte und mit der ein eingebautes Mikrophon die Umgebungsgeräusche an die *Walkman*-Hörer/-innen weitergab. Dieser Mechanismus verschwand erst Mitte der achtziger Jahre (Weber 2008: 183). Diese Entwicklung zeigt, dass sich bei der Gestaltung des Geräts Gedanken gemacht wurde, wie sich das Gerät in die Interaktion in der Öffent-

² Auch die Arbeiten von Joseph Klett, die Impulse der *sound studies* für eine kultursoziologische Forschung nutzen und die soziale Bedeutung von Krach, Lautstärke und Geräuschen untersuchen (Klett 2014; Klett, Gerber 2014) sowie Raphaël Nowaks und Andy Bennetts Konzept des *sound environment* (Nowak, Bennett 2014) kommen ohne Thematisierung des Kopfhörers aus. Insgesamt steht für die Soziologie, die inzwischen auch eine *visual sociology* kennt, eine ausführliche Beschäftigung mit klanglichen Phänomenen noch aus.

³ Basis der Daten ist eine dreimonatige Ethnographie des ÖPNV und von öffentlichen Räumen im Rhein-Main-Gebiet, die 2012 im Rahmen meiner Magisterarbeit (Waldecker 2012) durchgeführt wurde.

lichkeit einbinden lässt – entweder durch das gemeinsame Hören oder das Ausblenden der Musik per Tastendruck.

Zwar gab es von Stars aus der Pop- wie der ernsten Musik positive Reaktionen auf den *Walkman*, sein Einsatz im öffentlichen Raum entfachte jedoch eine Debatte, die den Sinn und Unsinn des privatisierten Musikhörens in der Öffentlichkeit thematisierte (vgl. Zakharine 2013). Insbesondere in Verbindung mit der Sozialfigur des Yuppies und dem damals in Westdeutschland aufkommenden Joggen wurde die öffentliche *Walkman*-Nutzung mit einer Kaltschnäuzigkeit assoziiert, die gut zum damaligen Zeitgeist passte: 1982 wurde der Begriff „Ellenbogengesellschaft“ zum Unwort des Jahres gewählt (Weber 2008: 192). Während einige Kommentator/-innen mit dem *Walkman* das „Ende der Aufklärung“ (Vollbrecht 1989) kommen sahen und prognostizierten, dass sich nun im öffentlichen Austausch Gesprächslosigkeit und Asozialität verbreiten würden, flammt die Debatte über Kopfhörer im Straßenverkehr bis heute sporadisch wieder auf (vgl. IAG 2013; Lichtenstein et al. 2012).

Gab es zum *Walkman* zuerst nur ein Kopfhörermodell mit Bügel und gepolsterten Ohrsätzen, sind heute eine Vielzahl von Formen verfügbar, die Ohren und Abspielgerät miteinander verbinden: Die Lautsprecher können ins Ohr gesteckt, auf das Ohr aufgelegt, mit einem Bügel an der Ohrmuschel oder mit Muscheln getragen werden, die das ganze Ohr umfassen. Inzwischen kümmern sich nicht nur Hersteller von professionellem und Heimaudioprodukten, sondern eine ganze Sekundärindustrie um Herstellung und Vertrieb von Kopfhörern. Stellvertretend sei hier die Firma *Beats* genannt, deren vorrangiges Produkt die gleichnamigen Kopfhörer *Beats by Dr. Dre* sind. Sie wurde 2006 durch den Rapper Dr. Dre und dem Musikproduzenten Jimmy Iovine gegründet und später von *Apple* aufgekauft. An der Vielzahl der neuen Firmen und der zunehmend extravaganter Gestaltung der Kopfhörer lässt sich erahnen, dass sich die Bedeutung der Kopfhörer von einem technisch-ästhetischen Gebrauchsgegenstand hin zu einem Moden unterworfenen Kleidungsstück verschoben hat. Waren die professionellen Kopfhörer und jene für den Hausgebrauch in neutralen Farben gestaltet, die sich ebenso wie Phonographen, Radios und Stereoanlagen an den meist gedeckten Farben von Möbeln orientierten, hat sich heute nicht nur die Form-, sondern auch die Farbpalette der Kopfhörer erweitert. Sie werden inzwischen nicht mehr nur im Elektronikfachhandel, sondern auch in teuren wie günstigen Modehäusern vertrieben. Die *New York Times* schreibt Ende 2016 dazu: „Headphones are now fashion statements. Status symbols. Fetish objects on par with luxury watches and limited-edition Nikes“ (Bernstein 2016). Laut dem Artikel spekuliert die Branche darauf, dass sich Nutzer/-innen mehrere Modelle anschaffen, die in Funktion und Aussehen zu diversen Tätigkeiten und Kleidungsstilen passen.⁴ Hinzu kommen Zusatzfunktionen: Kopfhörer können heute auch als Fernbedienung für das Abspielgerät genutzt werden, mittels Noise Cancelling Geräusche aus der Umgebung abdämpfen, und mit einem Mikrofon im Kabel auch als Headset dienen. Des Weiteren gibt es inzwischen viele Funkvarianten ohne Kabel. Das Statement in der *New York Times* übersieht jedoch, dass Kopfhörer weiterhin für viele Gebrauchsgegenstände sind. So sind wohl auch weiterhin günstige Kopfhörer im Gebrauch, wie solche, die mit dem Smartphone oder anderen Geräten geliefert werden.

⁴ Laut dem New-York-Times-Artikel gilt dies vor allem für junge, in Großstädten lebende Männer. Frauen scheinen demnach nur in einem geringeren Maß dazu bereit zu sein, mehrere hundert Euro oder Dollar für Kopfhörer auszugeben.

Der Kopfhörer im öffentlichen Austausch

Während viele Studien zum Musik- und Mediengebrauch im Alltag, in denen der Kopfhörer eine Rolle spielt, mit Interviews arbeiten (vgl. Bull 2000; Bull 2007; DeNora 2000), soll hier an Hand von Beobachtungen gezeigt werden, welche Rolle der Kopfhörer nicht nur für die Hörenden, sondern auch für andere Anwesende in der Öffentlichkeit spielt. Es geht also nicht nur um die Perspektive der Nutzer/-innen, sondern um die Interaktion im alltäglichen Austausch unter Fremden – vor allem in Situationen, in denen diese mehr als nur ein paar Augenblicke miteinander verbringen. Da der Fokus auf der Nutzung des Kopfhörers in Bezug auf die Ohren liegt, wird hier nicht auf den Gebrauch von Zusatzfunktionen eingegangen.

In Bezug auf den Umgang mit Anderen stellt sich heraus, dass Kopfhörerträger/-innen, die man als solche identifiziert hat, häufig so behandelt werden, als ob sie nicht hören können beziehungsweise, als ob sie der geteilten Situation nicht die volle Aufmerksamkeit schenken. Die Behandlung als Nicht-hörende zeigt sich insbesondere dann, wenn einander Fremde sich ansprechen und der oder die Angesprochene einen Kopfhörer trägt. Will man beispielsweise als Ko-Passagier/-in sicher sein, dass eine Person mit Kopfhörern etwas verstanden hat, wird Kontakt durch Berühren an der Schulter oder durch Winken im Blickfeld hergestellt. Damit erhöht der Kopfhörer die sozialen Kosten, angesprochen zu werden. Dies zeigt sich auch daran, dass sich Personen bei Fragen um Auskunft oder Unterstützung eher an Personen ohne Kopfhörer wenden. Sollten sie jemanden mit Kopfhörer ansprechen, sprechen sie dabei häufig mit lauterer Stimme, wenn sie nicht mit dem Sprechen darauf warten, dass die andere Person den Kopfhörer abnimmt. Aber auch andere Interaktionsformen ändern sich: Ihnen gegenüber bleiben häufig auch jene kleinen Interaktionen in Form von Blicken, Stirnrunzeln, Augenrollen oder Seufzern aus, wenn in der Bahn eine Durchsage erklingt oder etwas anderes kommentierungswürdig erscheint.

Wenn jemand einen Kopfhörer trägt, wird dies von anderen Anwesenden „for all practical purposes“ (Garfinkel) also so interpretiert, als ob die Person so laut Musik oder andere Klänge hört, dass sie die Umgebungsgeräusche nur unzureichend oder überhaupt nicht wahrnehmen kann.⁵ Dies fällt in der Öffentlichkeit insofern wenig auf, als dort Menschen in der Mehrzahl als Fremde miteinander verkehren und sich deswegen selten ansprechen. Die Interaktion findet vor allem visuell statt – etwa, wenn es um die Koordination auf Bürgersteigen geht. Entwickeln sich jedoch Gespräche zwischen Individuen, die über den „bestätigenden Austausch“ (Goffman 1974: 99) hinausgehen, werden die Kopfhörer in vielen Fällen komplett abgesetzt oder zumindest ein Ohr durch das Abziehen des entsprechenden Kopfhörers freigemacht. Insbesondere bei Begrüßung von Freunden/-innen und Bekannten ist dies erforderlich; stellenweise werden die Kopfhörer aber auch gegenüber Kontrolleur/-innen im ÖPNV abgesetzt.

Die Nutzung des Kopfhörers verweist auf die Rolle des Ohrs in der Interaktion. Wie Georg Simmel in seiner Soziologie der Sinne ausführt, ist das Ohr im Vergleich zum Auge insofern ein passives Organ, da es nicht selbst verrät, ob es etwas hört; zugleich ist es passiv, weil es sich nicht selbst schließen kann (Simmel 1992: 729f.). Aus diesem Grund muss man in der gesprochenen Interaktion anzeigen, dass man nicht nur hört, sondern auch zuhört. Dies zeigt sich in unterstützenden Interjektionen wie „Hm“ sowie darin, dass man die Person anblickt, sich ihr mit dem Körper zuwendet und mit Mimik und Gestik auf das Gesprochene reagiert. Gerade auf öffentlichen Plätzen, in Cafés und im Nahverkehr

⁵ Im Folgenden wird der Einfachheit halber davon ausgegangen, dass die Nutzer/-innen Musik hören.

kommt man jedoch nicht umhin, Gespräche zwischen Fremden mitzuhören, die nicht an einen adressiert sind. Die Teilnahmslosigkeit signalisiert man mit einer von den Sprechenden abgewendeten Körperhaltung; damit, dass man die am Gespräch aktiv Beteiligten nicht anschaut und auch nicht das Ohr in ihre Richtung hält. Der von Erving Goffman geschilderte Respekt vor den „Territorien des Selbst“ zeigt sich hier im konkreten Fall als einer vor dem „Gesprächsreservat“ anderer (Goffman 1974: 69). Dabei gehen alle Beteiligte davon aus, dass die nicht am Gespräch beteiligte Person trotzdem in der Lage ist, an die Allgemeinheit gerichtete Ansagen zu hören.

Der Kopfhörer integriert sich insofern gut in den öffentlichen Austausch, weil er das körperlich hergestellte Desinteresse an Fremden durch ein Anzeigen des Nichthörenkönnens unterstützt. Zugleich unterläuft seine Nutzung die in der Öffentlichkeit dennoch präsente Annahme, dass alle Beteiligten einen gemeinsamen Hörraum teilen. Der Hörraum, wenn man so will, wird durch den Kopfhörer technisch teilprivatisiert.

Diese Teilprivatisierung kann sich jedoch auch in umgekehrter Richtung als partiell erweisen: Der durch den Kopfhörer erzeugte Klang kann nach außen dringen und je nach Umgebungslautstärke auch von anderen Anwesenden gehört werden. Der Kopfhörer fügt der Situation nun eine Differenz hinzu, weil der Kopfhörerträger nur schwer einschätzen kann, wie laut die Musik den anderen Anwesenden erscheint. Da sich in einigen Fällen andere Anwesende bei dem Kopfhörerträger über die Lautstärke beschwerten, zeigt sich hier der persönliche Anspruch auf Nichtbelästigung durch individuell erzeugten Klang. Dass die Interpretation des Ablärms als Belästigung institutionelle Unterstützung findet, zeigt sich an den von diversen Verkehrsbetrieben angebrachten Hinweisschildern in Bussen und Bahnen, welche die Passagiere auffordern, die Musik nicht zu laut zu drehen. In den meisten Fällen zeigen andere Passagiere jedoch nur durch den Gesichtsausdruck, Seufzen und Anblicken der oder des Kopfhörertragenden, dass sie von der abschallenden Musik belästigt sind. Ein Ansprechen der kopfhörertragenden Person ist wohl in vielen Fällen mit zu hohen sozialen Kosten verbunden.

Wie die Nutzung des Kopfhörers zeigt, ist also auch der auditive Raum im gleichen Maße von „einem weitgespannte[n] Netz von Stolperdrähten“ (Goffman 1974: 152) durchzogen, wie der von Goffman beschriebene öffentliche Raum des Blickfelds (vgl. Goffman 1974: 69). Weil es schwer festzustellen ist, ob jemand mit Kopfhörern auch etwas hört, gilt es also als sozial angemessen, den Kopfhörer in bestimmten Interaktionen abzunehmen. Anstatt die Musik leiser zu drehen oder auszuschalten, was ja auch eine Möglichkeit wäre, zeigt das Absetzen des Kopfhörers dem Anderen unmissverständlich, dass man ihm die audielle Aufmerksamkeit schenkt. Wohl auch aus diesem Grund hat sich die von den Ingenieur/-innen von *Sony* avisierte Nutzung des eingebauten Mikrophons im *Walkman* nicht durchgesetzt. Nur ein tatsächlich offenes Ohr gilt also als Zeichen für das sprichwörtliche offene Ohr.

Strategien und Reflexionen der Nutzung

Die Nutzer und Nutzerinnen selbst sind für diese Fallstricke sensibilisiert. Auf die Frage, wann er den Kopfhörer in der Interaktion abnimmt, antwortet Charles, ein englischsprachiger Austauschstudent:

Like I, yeah, when I am at the supermarket [...] when I go to the cash register, I might remove one ear, but not both cause, I'm in the middle of a song, now. It's also fun to continue listening but you don't wanna be rude, you wanna hear what the – Like, even though you could probably go through and say Hi, Goodbye, Thank You, without her noticing that you're hearing her, uhm, I do remove one in case I look like a jackass. (Charles)

Er möchte in diesem Fall nicht als „anti-social“ wahrgenommen werden und so dem/der Anderen zeigen, dass er sich Mühe gibt, das Gesagte als Gesagtes wahrzunehmen, auch wenn es sich nur um einen ritualisierten Austausch handelt. Zugleich betont Charles an anderer Stelle, dass er die Farbe seiner schwarzen Kopfhörer bewusst gewählt hat, denn sie würden weniger auffallen als die verbreiteten und von *Apple* hergestellten weißen *iPod*- oder *iPhone*-Kopfhörer. Indem sie weniger auffallen, sind sie also auch weniger asozial, so seine Logik: Je weniger jemand en passant überhaupt merkt, dass Charles Kopfhörer trägt, desto weniger wird der oder die vorgestellte Andere sich Gedanken über die Bedeutung der Kopfhörer machen. Auch Nick Prior betont in einer Studie auf Basis von Online-Tagebüchern zur *iPod*-Nutzung von Studierenden, dass die Befragten teilweise Skrupel haben, das Gerät einzusetzen, weil sie so weniger ansprechbar werden und schlicht ihre Umgebung weniger aktiv wahrnehmen (Prior 2014: 34).

Trotzdem betonen alle Befragten, dass Kopfhörer für sie eine Möglichkeit darstellen, Umgebungsgeräusche oder als anstrengend empfundene Gespräche auszublenden. Die Kopfhörer erlauben es den Befragten, ein gewisses Maß an Kontrolle über die für sie erlebte klangliche Umwelt zu erlangen, da die Geräuschkulisse nun nicht mehr von der kontingenten Situation im öffentlichen Raum abhängt. Durch die Untermalung mit Musik werden auch als repetitiv und lästig empfundene Tätigkeiten außer Haus wie das Einkaufen oder Joggen unterhaltsamer. Darüber hinaus wird die Musik per Kopfhörer auch dazu genutzt, den eigenen Gefühlshaushalt und die Körperbewegungen im Sinne der verwendeten Musik zu steuern.

Der Kopfhörer kann auch dazu genutzt werden, genau jenen Eindruck des höflichen Desinteresses gegenüber Fremden aufrecht zu erhalten, der in der Öffentlichkeit erforderlich ist, während man Musik hört, die nicht zu der Situation passen muss. Auf die Frage, welche Musik sie wann hört, antwortet Theresa, eine von mir interviewte Studentin,

Ja, im Grund geht es ja meistens darum dass ma irgendwie, wenn ma alleine unterwegs ist und besonders gut oder schlecht drauf ist, dass ma halt irgendwie das ja selbst in dem Moment nicht kommunizieren oder ausdrücken kann. Und dann hört man sich halt an, wie andere das quasi machen. Also das ist halt sehr davon abhängig irgendwie was grade aktuell ist irgendwie. [2 Sek. Pause] Genau, also ob ich dann halt eher aggressivere Musik hör oder eher ruhigere Musik oder traurigere Musik oder so, ,gute Laune, ich kann vielleicht auch ein bisschen Tanzen dabei' Musik oder so. (Theresa)

Diese symbolische Asozialität des Kopfhörers wird jedoch auch bewusst eingesetzt, ohne dabei Musik zu hören. Mehrere Befragte haben angegeben, dass sie manchmal Kopfhörer tragen und die Musik nur leise hören oder gar nicht angeschaltet haben. In diesem Fall macht man sich durch die Kopfhörer sozial unverfügbar und kann dabei trotzdem die Umgebung hören. Während Charles dies in Bezug auf interessante Gespräche erwähnt, die er belauschen will, während er scheinbar in Musik und Lektüre vertieft ist, hat Theresa dies explizit als Strategie formuliert, um ungewollte Ansprache zu vermeiden. Denn selbst wenn sie angesprochen wird, ist sie als Kopfhörerträgerin dazu berechtigt, sich so zu verhalten, als ob sie diese Ansprache nicht gehört habe. Zugleich kann sie aber hören, was zu ihr gesagt wird. Diese Strategie wird vor allem von Frauen genutzt, wie wiederum Prior erwähnt (Prior 2014).

Die Wirkung der Kopfhörer wird von den Nutzenden also je nach Bedarf offensiv genutzt oder in seiner sozialen Bedeutung abgeschwächt. Dabei spielt vor allem die Sichtbarkeit der Kopfhörer eine Rolle, aber auch dessen konkrete Verwendung durch Ab- oder Aufsetzen in bestimmten Situationen.

Zur Sozialtheorie des Kopfhörergebrauchs

Wie sich in der Untersuchung des Kopfhörers zeigt, wird das Ohr durch Gesten, Mimik und Körperhaltung erst zum Hören gebracht. Indem Kopfhörerträger/-innen diese Gesten unterlassen, selbst wenn sie etwas hören, machen sie sich sozial gehörlos oder zumindest hörbehindert. Der Kopfhörer wird somit als Mittel zur sozialen Distanzierung verwendet, beziehungsweise dieser Eindruck bei seiner Nutzung mehr oder weniger in Kauf genommen. Die Nutzung des Kopfhörers, soweit sie für andere sicht- oder hörbar wird, verschiebt die Koordinaten der Interaktion in Situationen. So wird deutlich, dass selbst die zufällig zusammengewürfelten Reisenden in einem Bahnabteil eine kollektive audielle Öffentlichkeit darstellen, welche durch diese Ohrverschließung unterlaufen wird. Dies problematisieren sowohl die Kommentator/-innen der *Walkman*-Nutzung der achtziger Jahre wie die Nutzer/-innen in aktuellen Studien. Es erscheint für diese Nutzer/-innen schwerwiegender, sich durch Kopfhörer dem situativen Kollektiv zu entziehen, als durch das Lesen in einer Zeitschrift oder einem Buch. Dies ist auch heute noch der Fall, trotz der weiten Verbreitung der öffentlichen Kopfhörernutzung.⁶ Dass der Verschluss des Ohrs beziehungsweise beider Ohren aber auch heutzutage noch negative Reaktionen auslösen kann, deutet darauf hin, dass das Ohr in alltäglichen Situationen auch dann relevant ist, wenn es anscheinend nichts zu hören gibt.

Diese Relevanz für die alltägliche Interaktion wird stellenweise auch in der Soziologie registriert. Insbesondere Bull, der sich schon früh mit der Nutzung von mobilen Hörmedien beschäftigt hat, deutet diese und damit auch den öffentlichen Verschluss der Ohren als eine Entfremdung der Menschen von ihrer Umwelt (Bull 2007: 51). Er beschreibt sie mit Anklängen an Habermas als eine Kolonisierung der Lebenswelt durch Produkte der Kulturindustrie, die den Nutzerinnen und Nutzern ins Ohr geliefert werden und eine direkte Erfahrung der Umwelt verunmöglichen (Bull 2007: 48f.). Dies setzt aber voraus, dass zuvor ein unmittelbares Verhältnis zwischen Personen und ihrer Umwelt sowie anderen Personen existiert hätte.

Bulls Darstellung übersieht die vielen Arten, mit denen sich Menschen in der Öffentlichkeit auch ohne Kopfhörer als einander fremd zu erkennen geben (vgl. Augé 1988: 51). Des Weiteren sind mobile Hörmedien nicht die ersten technischen Geräte, welche die Interaktion radikal neu konfigurieren. Wie Simmel erwähnt, war es das Bahnabteil, das die Reisenden erstmals in die Verlegenheit brachte, längere Zeit mit Fremden auf engem Raum zu verbringen (Simmel 1992: 727). Der dadurch entstehenden „Blasiertheit“, die Simmel auch an den Bewohnern der Metropolen beschreibt, wird mittels der Kopfhörer also schlicht technisch nachgeholfen (Simmel 1995; vgl. Weber 2008: 201). Der Kopfhörergebrauch zeigt sich so als eine weitere jener „Praktiken der Anschlusslosigkeit“, die Urs Stäheli als symptomatisch für die Moderne ausweist (Stäheli 2013). Es ist ja gerade die Blasiertheit, die einerseits die Nutzung motiviert, die aber auch dazu führt, dass potentielle Nutzende in gewissen Fällen von der Nutzung Abstand nehmen – dann, wenn es darum geht, in bestimmten Situationen weniger blasiert zu wirken.

Bull kritisiert die Disjunktion, die der Kopfhörer in die Situation einführt. Anders als Bull beschreibt Shohei Hosokawa diese Anschlusslosigkeit im „*Walkman*-Effekt“ als Zugewinn an „Autonomie“ (Ho-

⁶ Zwar erfährt die Benutzung per se seit den letzten Jahren mehr Akzeptanz. Waren es in den achtziger Jahren vor allem Jugendliche, die den Walkman in der Öffentlichkeit nutzten und dafür kritisiert wurden, unterscheiden sich Jugendliche von anderen Nutzer/-innen heute dadurch, dass sie eher dazu neigen, den Kopfhörer auch im Beisein von Freunden und Bekannten nicht abzusetzen oder an einem Ohr zu belassen.

sokawa 1992). Es ist zwar diese Interpretation der Abkapselung als Autonomie, die Bull als scheinhaft beschreibt. Aber auch Bulls Einteilung in echtes Leben auf der Straße und dessen „aesthetic colonisation“ (Bull 2007: 38) durch die „culture industry“ (Bull 2007: 48) im Kopfhörer ist falsch. Bei Bull schwingt die Vorstellung mit, dass man etwas – den klanglichen Eindruck der Umwelt, eine interessante Begegnung – verpassen könnte, wenn man Kopfhörer aufsetzt. Nimmt man den von Adorno und Horkheimer geprägten Begriff der Kulturindustrie jedoch ernst, den Bull zusammen mit anderen Konzepten der Kritischen Theorie bemüht, erweisen sich nicht nur die Musik, sondern auch die städtische Architektur (Horkheimer, Adorno 1969: 128) ebenso wie die Begrüßungsrituale (Horkheimer, Adorno: 176) als kulturindustriell geprägt – also als standardisiert und gesellschaftlich vermittelt. Will man also, wie Bull es intendiert, den Kopfhörergebrauch kritisch deuten, dann müsste sich die Kritik nicht gegen die Kopfhörer richten, sondern gegen den Alltag, der die Abkapselung von ihm erst nötig macht.

Literatur

- Augé, M. 1988: Ein Ethnologe in der Metro. Frankfurt am Main; Paris: Campus Verlag.
- Bernstein, J. 2016 (10. Dezember): My Headphone, My Self. New York Times. <http://nyti.ms/2h9aWeY> (letzter Aufruf 10. Dezember 2016).
- Bull, M. 2000: *Sounding Out the City. Personal Stereo Use and Everyday Life*. Oxford; New York: Berg.
- Bull, M. 2007: *Sound Moves. iPod Culture and Urban Experience*. London: Routledge.
- DeNora, T. 2000: *Music in Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffman, E. 1974: *Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hennion, A. 2001: Music Lovers. Taste as Performance. *Theory, Culture & Society*, Jg. 18, Heft 5, 1–22.
- Horkheimer, M., Adorno, Th. W. 1969: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt am Main: Fischer.
- Hosokawa, S. 1992: Der Walkman-Effekt. In K. Barck, P. Gente, H. Paris & S. Richter (Hg.), *Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik*. Leipzig: Reclam, 229–251.
- Institut für Gesundheit und Arbeit der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (IAG) 2013: *Kopfhörer tragen im Straßenverkehr*. Aus der Arbeit des IAG Nr. 3060, <http://publikationen.dguv.de/dguv/pdf/10002/iag3060.pdf> (letzter Aufruf 13. September 2016).
- Klett, J. 2014: Sound on Sound. Situating Interaction in Sonic Object Settings. *Sociological Theory*, Jg. 32, Heft 2, 147–161.
- Klett, J. und A. Gerber 2014: The Meaning of Indeterminacy. Noise Music as Performance. *Cultural Sociology*, Jg. 8, Heft 3, 275–290.
- Kropf, J. 2012: Der symbolische Wert der Popmusik. Zur Genese und Struktur des popmusikalischen Feldes. *Berliner Journal für Soziologie*, Jg. 22, 267 – 292.
- Lepa, S. 2013: Emotionale Musikrezeption in unterschiedlichen Alltagskontexten. Eine wahrnehmungsökologische Perspektive auf die Rolle der beteiligten Medientechnologien. In A. Volmar, J. Schröter (Hg.), *Auditive Medienkulturen. Techniken des Hörens und Praktiken der Klanggestaltung*. Bielefeld: transcript, 373–391.
- Lichtenstein, R., Smith, D. C., Ambrose, J. L., Moody, L. A. 2012: Headphone Use and Pedestrian Injury and Death in the United States: 2004–2011. *Injury Prevention*, 18. Jg., 287–290.
- McCormick, L. 2012: Music Sociology in a New Key. In J.C. Alexander, R.N. Jacobs, P. Smith (Hg.), *The Oxford Handbook of Cultural Sociology*. Oxford: Oxford University Press, 722–742.

- Nowak, R., Bennett, A. 2014: Analysing Everyday Sound Environments: The Space, Time and Corporality of Musical Listening. *Cultural Sociology*, Jg. 8, Heft 4, 426–442.
- Peterson, R.A. 1992: Understanding Audience Segmentation. From Elite and Mass to Omnivore and Univore. *Poetics*, Jg. 21: 243–258.
- Prior, N. 2014: The Plural iPod. A Study of Technology in Action. *Poetics*, Jg. 42, 22–39.
- Rossmann, G., Peterson 2015: The Instability of Omnivorous Cultural Taste Over Time. *Poetics*, Jg. 52, 139–152.
- Simmel, G. 1992: Exkurs über die Soziologie der Sinne. In O. Rammstedt (Hg.), *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*. Georg Simmel Gesamtausgabe Bd. 11. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 722–44.
- Simmel, G. 1995: Die Großstädte und das Geistesleben. In O. Rammstedt (Hg.), *Georg Simmel Gesamtausgabe Bd. 7*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 116–131.
- Stäheli, U. 2013: Entnetzt euch! Praktiken und Ästhetiken der Anschlusslosigkeit. *Mittelweg* 36, Heft 4, 3–28.
- Stamp, J. 2013: A Partial History of Headphones. *Smithsonian*, <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/a-partial-history-of-headphones-4693742/?no-ist> (letzter Aufruf 19. August 2016).
- Vollbrecht, R. 1989: Der Walkman und das „Ende der Aufklärung“. In E. Gottwald, R. Hibbeln, J. Lauffer (Hg.), *Alte Gesellschaft – Neue Medien*. Opladen: Leske + Budrich, 101–110.
- Waldecker, D. 2012: Tragbares Musikhören als Alltag. Zur qualitativen Soziologie des MP3-Player-Gebrauchs (Magisterarbeit). Johannes-Gutenberg Universität, Mainz.
- Weber, H. 2008: *Das Versprechen mobiler Freiheit. Zur Kultur- und Technikgeschichte von Kofferradio, Walkman und Handy*. Bielefeld: Transcript.
- Zakharine, D. 2013: Klangbilder – Kippbilder. Zur Soziologie des Hörens und Hören-Lassens. In K. Junge, W. Binder, M. Gerster, K.-C. Meyer (Hg.), *Kippfiguren. Ambivalenz in Bewegung*. Weilerswist: Velbrück, 111–127.