

**Anna Symanczyk**

**Der perfekte Klang der Dinge.** Produkt-Sound-Design im emotionalen Kapitalismus. Berlin: Panama 2021, 271 S. (zgl. Hamburg, Univ., Diss., 2020). ISBN 978-3-938714-67-6.

Seit Monaten dröhnt Lärm durch die Gemäuer unseres Instituts, da ein mehrstöckiges Gebäude in direkter Nachbarschaft Schritt für Schritt abgetragen wird. Zwar haben wir uns irgendwie an die Lärmkulisse gewöhnt, dennoch sorgt die Klangpalette der Betonfresser, Lastwägen und anderen Maschinen regelmäßig für akustisch-viszerale Überraschungen. Mit „Der perfekte Klang der Dinge“ von Anna Symanczyk in Händen komme ich nun nicht umhin, meine neuausgestaltete akustische Umwelt auch neu zu lesen. Welche Klänge sind unumgänglich (*consequential sounds*, Özcan et al. 2013), welche wurden von Sounddesigner:innen hinzugefügt, und warum?

Solchen und ähnlichen Fragen widmet sich Symanczyk im Buch, das aus ihrer an der HafenCity Universität eingereichten Dissertation hervorgeht und beim Panama Verlag (welcher mittlerweile den Betrieb eingestellt hat) in gewohnt haptisch wie visuell ansprechender Aufmachung publiziert wurde. Während Klangwahrnehmungen in ethnografischen Forschungen häufig aus der Perspektive der Wahrnehmenden beforscht werden – demnach als Rezeptionsforschungen angelegt sind –, legt die Autorin ihren Fokus auf diejenigen, die den Klang der Dinge gestalten und insofern die akustische Landschaft unserer Alltagswelt maßgeblich mitprägen. Ausgehend von der These, dass die sinnliche Gestaltung der Alltagsdinge einen integralen Bestandteil des „emotionalen Kapitalismus“ (Illouz) darstellt, möchte sie Klang zudem nicht nur als „Beiwerk der Dinge“ (S. 14) verstanden wissen, sondern Klänge auch als epistemologische Objekte in ihrer spezifischen Wirkung und Funktion ernst nehmen.

Produkt-Sound-Design setze da an, wo Geräusche (etwa durch Digitalisierung) verschwinden, und entwickle somit Klänge für ansonsten stumme Geräte wie etwa

Elektroautos, Backöfen etc. Dabei antizipieren Sounddesigner:innen Gefühle und Handlungen von Konsumierenden. „Theoretisch ist alles möglich, denn die Oberflächen sind – je nach Produkt – häufig glatt, digital und völlig uneingeschränkt bespielbar, wäre [sic] da nicht die Produktgeschichte, die Gewohnheit der Nutzer:innen und Nutzer, ebenso die Vorstellungen des richtigen und falschen Klages einer Sache“ (S. 153). In der Praxis bedeute dies für Sounddesigner:innen, sich in einer komplexen Gemengelage aus Auftraggebern, Normen, Richtwerten, Interessen seitens Blindenverbänden, Vorstellungen von gutem bzw. richtigem Klang seitens der Designer:innen, (milieu- und geschlechtsspezifischen) Geschmacksvorstellungen der antizipierten Konsument:innen zu bewegen und die unterschiedlichen Interessen beständig neu auszuhandeln.

Symanczyk widmet die Hälfte ihrer Monografie der Darstellung ihres theoretischen wie methodischen Zugangs sowie der detaillierten Beschreibung ihres Forschungsfelds. So wartet sie mit einem ausführlichen Forschungsstand auf, in welchem sie in Rückgriff auf die kulturanthropologische Klangforschung, historisch-konservatorische Ansätze sowie Perspektiven aus den interdisziplinären Sound Studies konzeptuelle Zuschnitte vornimmt. Im Kapitel „Methoden“ gibt die Autorin einen Einblick in den verfolgten multimethodisch-ethnografischen Ansatz, welcher 17 leitfadenorientierte Interviews mit Sounddesignern (ausschließlich männlich), teilnehmende Beobachtungen sowie eine Medienanalyse beinhaltet. Hier behandelt sie u. a. auch Herausforderungen des *research up* sowie von Gender in männlich dominierten Expertenräumen.

Die zweite Hälfte widmet die Autorin drei großen Analysekapiteln, in welchen sie im Rückgriff auf diverse Fallbeispiele drei Dimensionen eines *doing sound* im Produktdesignbereich – wie ich es zusammenfassen würde – behandelt: Akustifizieren, Habitualisieren und Emotionalisieren. In „Akustifizieren“ spürt sie Klang nach, wie er „als Material operationalisiert“ (S. 127) wird, und erläutert dies in Bezug auf *Foley Artists* (welche mit Klangentfremdung arbeiten), „funktionale Klänge“ (und deren semiotischem bzw. epistemologischem Potenzial) sowie „Materialitäten“, wobei das Akustifizieren des Unhörbaren (d. h. des fehlenden Verbrennermotors im Elektroauto) als unerwartetes Beispiel für Klangmaterialitäten angeführt wird. „Habitualisieren“ verspricht mit seinen einleitenden Verweisen auf Bourdieus Habituskonzept sowie Illouz ein Augenmerk auf sozialtheoretische Fragestellungen. Materialtechnisch liegt hier auch ein Fokus auf Werbung. Anhand des Staubsaugers oder der Harley Davidson zeigt sie, wie mithilfe von Sound und im Dialog mit der Historizität von Hörgewohnheiten Markengrammatiken materialisiert sowie weiterentwickelt werden. Die Frage, wie diese Klänge und Klangvorstellungen milieuspezifisch geprägt sind bzw. wie sie als „System distinktiver Zeichen“ (S. 171) fungieren, wird vorwiegend in Bezug auf Abgrenzungsstrategien zwischen Sounddesignern unterschiedlicher disziplinärer Herkunft (aus Ingenieurwissenschaften

vs. aus Gestaltung kommend) bearbeitet. In „Emotionalisieren“ wird der Sound-Emotion-Themenkomplex in seiner soziokulturellen Prägung (Illouz, Scheer u. a.) behandelt, wobei u. a. ein Fokus auf Sicherheit liegt. Ein sicheres Auto klinge „klapperfrei“ (S. 241), zitiert sie einen Interviewpartner, wobei die konkreten Emotionalisierungsmethoden via Sound von den interviewten Sounddesignern schwer beschreibbar waren.

Das vorliegende Buch ist erzählerisch geschrieben, reich an empirischem Material und insofern sehr nah am Feld und den Interviewpartnern. Der Fokus auf die Soundproduzierenden ist neuartig und in Tandem mit dem theoretischen Framework des emotionalen Kapitalismus und den einhergehenden sensorischen „Verfeinerungen“ nach Illouz (S. 11) sehr stimmig. Aus meiner Warte hätte die erwähnte ethno-psychoanalytische Deutungsgruppe in der textlichen Aufbereitung noch sichtbarer werden können bzw. fand ich auch schade, dass Zitate aus dem Forschungstagebuch lediglich in die Fußnoten verbannt wurden. Nichtsdestotrotz ist dieses Buch thematisch eine willkommene Ergänzung zu deutschsprachigen Studien im sinnlich-ethnografischen Themenkreis bzw., konkreter, der kulturanthropologischen Klangforschung und sicherlich eine Inspiration für weitere (Nachwuchs-)Forscher:innen.

*Lydia Arantes, Graz*

<https://doi.org/10.31244/zekw/2024/02.20>