



Auditive Vergesellschaftungen Hörsinn - Audiotechnik - Musikerleben

Reihen-Hrsg.: D. Schrage, H. Schwetter

Die Reihe fragt aus einer kultursoziologischen Perspektive nach den vergesellschaftenden Effekten medial vermittelter Klänge, die den Alltag seit der Entwicklung und Verbreitung von Technologien zu deren Übertragung, Wiedergabe und Speicherung mehr und mehr durchdrungen haben: Sie fragt danach, inwieweit und wie sich Sozialität (und Gesellschaft) in der (Hör-)Wahrnehmung, im Umgang mit (auditiven) Mediengeräten und im Kontext (musikalischer und soundlicher) Sinnsphären bildet, reproduziert und spezifische Formungen annimmt. Der Reihentitel "Auditive Vergesellschaftungen" soll bewusst über die schon bei Georg Simmel, Helmuth Plessner und anderen klassischen Autoren zu findenden sinnesanthropologischen Einordnungen des Hörsinns als eines primär ver *gemeinschaftenden* Wahrnehmungsmodus hinausgehen. Ein zentrales Anliegen der Reihe ist es im Kontrast dazu, die qualitativen und quantitativen Veränderungen unserer Hörweisen und -bedingungen ausgehend von der These zu bearbeiten, dass die "vergemeinschaftenden" Effekte, die das Hören fraglos hat, in übergreifende gesellschaftliche Dispositive eingebunden sind und damit auch den Charakter von "Vergesellschaftungen" haben.

Springer Bücher sind erhältlich als

 **Druckausgabe**

Erhältlich auf springer.com/shop

 **eBook**

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek
oder auf

► springer.com/shop

Kürzlich erschienen:

M. Schulz

Hören als Praxis

Sinnliche Wahrnehmungsweisen technisch (re-)produzierter Sprache

Geplante Bände:

D. Schrage, H. Schwetter, A.-K. Hoklas (Hrsg.)

"Zeiten des Aufbruchs" - Populäre Musik als Medium gesellschaftlichen Wandels



Informationen zu Angeboten auf der Homepage der Reihe und springer.com/authors

Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Nature Customer Service Center GmbH, Tiergartenstr. 15-17, 69121 Heidelberg, Germany ► Call: + 49 (0) 6221-345-4301 ► Fax: +49 (0)6221-345-4229 ► Email: customerservice@springer.com ► Web: springer.com