

MARTIN BECK

LIVING RENT-FREE IN YOUR HEAD

Affektive Kopplungen, Verhaltensdesign und das Nichtbewusste in der Plattformökonomie

«Hanging onto resentment is letting someone you despise live rent-free in your head» – diesen Rat erhält 1990 eine Leserin der Ratgeberkolumne *Ask Ann Landers*, die sich unter dem Pseudonym «Angry» wegen eines Erbstreits gemeldet hatte.¹ Dem Wunsch nach materieller Gerechtigkeit stellt Ann Landers die Warnung vor dem Ressentiment als psychischem Verlustgeschäft entgegen. Die Rede von Mitbewohner*innen im Kopf, die keine Miete zahlen, wird in der Ratgeberliteratur seitdem zitiert und abgewandelt, so etwa in dem Buch *Secrets of the Millionaire Mind*: «No thought lives in your head rent-free.» Each thought you have will either be an investment or a cost».² Im Verlauf der 2010er Jahre findet sich der Ausdruck *living rent-free in your head* auch in der *meme culture*, im Slang der Generation Z und im politischen Diskurs auf den Sozialen Medien wieder. Eine der ersten nachweisbaren Verwendungen im Netz illustriert das parasitäre Einnisten mit einer Miniaturperson, die im Kopf sitzt und nach Bier verlangt (vgl. Abb. 1).³ Spätere Visualisierungen kombinieren die Idee der*des Mitbewohner*in im Kopf mit der Figur des Crying Wojak, eines stilisierten weinenden Gesichts, das in der Meme-Kultur häufig dazu genutzt wird, sich über Personen lustig zu machen, die sich angeblich auf übertrieben dramatische Weise über politische Themen, Fandoms oder das Leben im Allgemeinen aufregen (vgl. Abb. 2).⁴

Im Slang der Generation Z bezeichnet *living rent-free in your head* eine affektivierte Fixierung der Aufmerksamkeit mit Blick auf Celebrity-Drama, Songs oder einen *crush*, der nichts davon ahnt.⁵ Letzteres involviert eine nicht-reziproke Beziehung, denn «they don't have to <pay> attention to you, yet they still stay inside your mind».⁶ Der Gedanke der Nichtreziprozität prägt auch die ab 2018 zu beobachtende Verwendung in der politischen Debatte, insbesondere auf Twitter/X. Hier besagt der Ausdruck, dass sich ein gegnerisches Lager in einer reflexhaften Erregung verliere, ohne dass das eigene Lager ähnlich viel Aufmerksamkeit und Energie investieren müsse.⁷ Das Meme, das ein Bild der

1 Ann Landers: Gem of the Day, in: *Santa Cruz Sentinel*, Bd. 134, Nr. 58, 8.3.1990, 34. Erneut abgedruckt wurde das Zitat in: Ann Landers: *Some Things Last a Lifetime – Like an Ann Landers Column*, *Chicago Tribune*, 14.11.1999, chicagotribune.com/1999/11/14/some-things-last-a-lifetime-like-an-ann-landers-column (20.12.2024).

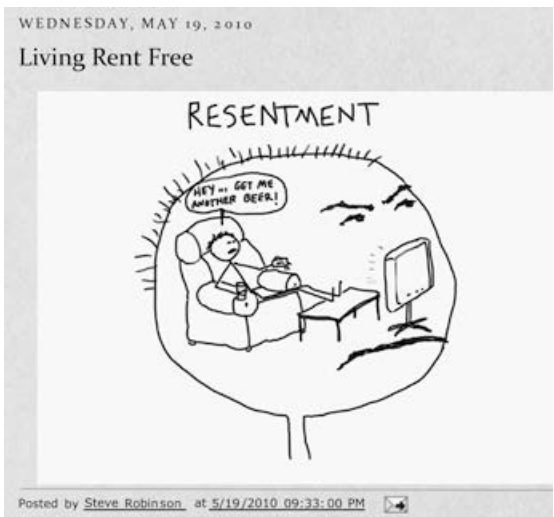
2 T. Harv Eker: *Secrets of the Millionaire Mind: Mastering the Inner Game of Wealth*, New York 2005, 46.

3 Vgl. Rent-free [Blogeintrag], *KnowYourMeme*, erstellt 25.10.2020, letztes Update 30.12.2020, knowyourmeme.com/memes/rent-free (1.12.2024).

4 Vgl. Lindsey Weedston: *The Crying Wojak Meme Perfectly Captures Online Melancholy*, *dailydot*, 11.11.2024, dailydot.com/memes/crying-wojak (25.12.24).

5 Vgl. Rent-free [nutzer*innengenerierte Sammlung von Wörterbucheinträgen], *Urban Dictionary*, verschiedene Daten, urbandictionary.com/define.php?term=Rent+Free (1.12.2024).

6 Vann Vicente: *What Does «Rent Free» Mean Online?*, *How to Geek*, 10.4.2022, howtogeek.com/789059/what-does-rent-free-mean-online/ (1.12.2024).



demokratischen Abgeordneten Alexandria Ocasio-Cortez mit der Unterschrift «living rent-free in trumpards heads» zeigt (vgl. Abb. 3), kann als Ausdruck der Irritation über die Menge an erhaltener Aufmerksamkeit gelesen werden. Regelmäßig ist die Behauptung einer solchen *disaffectedness* aber auch mit Selbstzuschreibungen von Souveränität und Überlegenheit verbunden. Wie weit dies zusammen mit einer Logik des Trollings und Triggerns in die Institutionen der US-Politik vorgedrungen ist, zeigt die Aussage der republikanischen Abgeordneten Lisa McClain bei einer Anhörung im Kongress: «I love the fact that Trump lives rent-free in the Democrats' heads every day».⁸

Die Rede vom mietfreien Wohnen im Kopf verbindet die Frage, wer in wen wie viel Aufmerksamkeit und Affekte investiert und wer umgekehrt desinteressiert und unauffektiert bleiben kann, mit politischen, ökonomischen und libidinösen Machtverhältnissen. Sie verweist neben alltäglichen Obsessionen auf eine agonale Logik, in der *headspace* zur umkämpften Ressource wird und die Frage, wer an wen denken muss, mit der Zuschreibung von Souveränität oder Fremdbestimmtheit verbunden ist. Wenn der Diskurs über die Kontrolle von *headspace* im Folgenden als ein Diskurs über Mind Control gedeutet wird, erfährt der Begriff der Mind Control unvermeidlich eine Umdeutung. Er verlässt den Assoziationsraum, den Kathleen Taylor exemplarisch in einer Studie zu den Begriffen Gehirnwäsche und Gedankenkontrolle umreißt. Themen sind dort die geschlossenen Milieus und Weltbilder von Sekten und totalitären Staaten, das Umprogrammieren von ethischen oder politischen Grundüberzeugungen und extremes Verhalten wie Massenselbstmord oder Terrorismus.⁹ Die Rede vom mietfreien Wohnen im Kopf zielt dagegen auf ein Spektrum zumeist alltäglicher Phänomene der Fixierung von Aufmerksamkeit und von Verhaltensweisen, die als unökonomisch und fremdbestimmt wahrgenommen werden und zugleich entgegen den eigenen bewussten Entscheidungen weiterbestehen

Abb. 1 «Living Rent Free»-Meme, eingestellt von Steve Robinson auf seinen Blog *Pitblesstoughts*, 19.5.2010

Abb. 2 «Rent-free»-Gif, eingestellt von Nutzer*in @Cockroach auf *KnowYourMeme*, 2.1.2021, Orig. in Farbe

⁷ Vgl. zur Verwendung auf Twitter Joseph Bernstein: «Living In Your Head Rent-free: Is The Perfect Insult Of Our Times», *Buzzfeed News*, 2.10.2018, [buzzfeednews.com/article/josephbernstein/living-in-your-head-rent-free-is-the-perfect-insult-of-our-times](https://www.buzzfeednews.com/article/josephbernstein/living-in-your-head-rent-free-is-the-perfect-insult-of-our-times) (1.12.2024). Zu einer scharfen Kritik an dieser Argumentation als dumm und inhaltsleer vgl. Giri Nathan: «On Subletting Headspace At No Cost», *Deadspin*, 2.11.2018, [deadspin.com/on-subletting-headspace-at-no-cost-1830140076/](https://www.deadspin.com/on-subletting-headspace-at-no-cost-1830140076/) (1.12.2024).

⁸ Lisa McClain @replisamcclain: Donald Trump lives RENT FREE in every Democrats head, *Instagram*, 29.9.2023, [instagram.com/replisamcclain/reel/CxwMzytusFo](https://www.instagram.com/replisamcclain/reel/CxwMzytusFo) (13.1.2025).

⁹ Kathleen Taylor: *Brainwashing: The Science of Thought Control*, Oxford 2004.



Abb. 3 Alexandria-Ocasio-Cortez-Meme, eingestellt von Nutzer*in @BedfordGuy auf *ImgFlip*, 2022, Orig. in Farbe

können. Der Beitrag, den die Betrachtung der Rede vom mietfreien Wohnen im Kopf zum Themenbereich Mind Control leisten kann, beruht darauf, dass diese, insbesondere im Kontext digitaler Medienökologien, aufmerksamkeitsökonomische Überlegungen mit der Frage nach der Kontrolle über das Denken, Fühlen und Handeln von Personen verbindet.

Auf die aufmerksamkeitsökonomische Dimension verweist Joseph Bernstein, der auf BuzzFeed kommentierend feststellt: «Paying attention online without getting anything in return [...] is giving away a resource for free».¹⁰ Für Theoretiker*innen der Aufmerksamkeitsökonomie ist die Ökonomie des Internets nicht mehr durch die allgemeine Verfügbarkeit von Informationen bestimmt, sondern durch die begrenzte Menge menschlicher Aufmerksamkeit. Als knappe, abstrakte und messbare Ressource werde diese zu einer Form des Kapitals, die bewirtschaftet und extrahiert werde und somit Reichtum und Armut hervorbringe.¹¹ Finde die extrahierte Aufmerksamkeit ihr Maß in der Anzahl von Klicks und Betrachtungen, manifestiere sich die durch das Geben von Aufmerksamkeit verursachte Verarmung vor allem in einem Einfluss auf die Physiologie des menschlichen Gehirns und sein neuroplastisches Potenzial, insbesondere in einer zunehmenden Schwächung der Fähigkeit, aufmerksam zu sein.¹² Auch die Rede vom mietfreien Wohnen im Kopf evoziert eine Extraktion der endlichen Ressource *headspace*, der im Kontext der so bezeichneten Phänomene ebenfalls Verarmungseffekte entsprechen können. Das Ressentiment lässt sich mit Cynthia Fleury als ein Gerechtigkeitsphantasma verstehen, das um eine reale oder imaginierte Verletzung kreist. Zu einer Verarmung führt es nicht nur, weil es kognitive und affektive Ressourcen bindet, sondern auch, weil ein Subjekt sich im Ressentiment von anderen abhängig macht und die eigenen Potenziale nicht entfalten kann.¹³ Das gelungene Trolling oder Triggern politischer Gegner*innen gibt Akteur*innen kostenlose Publicity etwa durch Klicks und Likes. Das Opfer des Trollings bezahlt dies mit Erschöpfung und der verpassten Chance, eigene Themen zu platzieren.¹⁴

Der Diskurs über das mietfreie Wohnen im Kopf ist zugleich ein Diskurs über Agency und Handlungsmacht. Er evoziert, dass fremde Bewohner*innen die Kontrolle über einen Raum gewonnen haben, der sonst als Sphäre autonomer Verfügung verstanden wird. Damit stellt er sich in eine Diskurstradition, die mit Blick auf den menschlichen Geist die Grenzen von Innen und Außen, Eigenem und Fremden, Autonomie und Heteronomie in Frage stellt. Religion und Geisterglaube sprachen diesbezüglich von Heimsuchung oder Besessenheit, Freud und Lacan davon, dass das Ich bzw. der Mensch nicht «Herr im

¹⁰ Bernstein: «Living In Your Head Rent-free».

¹¹ Vgl. Tiziana Terranova: Attention, Economy and the Brain, in: *Culture Machine*, Bd. 13, 2012, 1–19, hier 2.

¹² Ebd., 4 f. und 7.

¹³ Vgl. Cynthia Fleury: *Hier liegt Bitterkeit begraben. Über Ressentiments und ihre Heilung*, Berlin 2023, 57 und 202 f.

¹⁴ Zum Trolling als «a power that works through draining others» vgl. Megan Boler, Elizabeth Davis: *Beyond Behaviorism and Black Boxes: The Future of Media Theory* Interview with Wendy Hui Kyong Chun, Warren Sack, and Sarah Sharma, in: dies (Hg.): *Affective Politics and Digital Media: Propaganda by Other Means*, New York 2020, 134–150, hier 144.

eigenen Hause» sei.¹⁵ An die Stelle einer Heimsuchung aus spirituellen Sphären oder einer Wiederkehr des Verdrängten treten beim mietfreien Wohnen im Kopf allerdings reale Personen, Sachen oder Themen, die zunächst einer externen analogen oder digitalen Umwelt angehören und sich durch einen Internalisierungsprozess in einem wie auch immer zu bestimmenden Innenraum festsetzen. Weiter unten wird daher argumentiert, dass die Rede vom mietfreien Wohnen im Kopf nicht etwa auf der Basis des Unbewussten der Psychoanalyse rekonstruiert werden sollte, sondern ausgehend von einem affektiven und habituellen Nichtbewussten, das die Funktionsweise einer solchen affektiven Kopplung und Internalisierung erklären kann.¹⁶ Dies involviert auch die Einsicht, dass der Kampf um das mietfreie Bewohnen von *headspace* nicht wesentlich einen mentalen Innenraum betrifft, sondern somatisch verankerte Denk- und Handlungsautomatismen, die über die Allokation von Aufmerksamkeit und Affekten entscheiden. Im Zentrum steht dabei die Fixierung auf eine Sache, die, wie die Spannweite der Beispiele zeigt, ebenso die Form eines inneren Monologs wie die eines klickenden, likenden und teilenden Mediengebrauchs annehmen kann. Das Spektrum der Beispiele, das von anscheinend zwanghaftem Verhalten bis zum heimlichen *crush* reicht, zeigt wiederum, dass die Bewertung des Kontrollverlusts durchaus ambivalent ausfallen kann. Neben einem Versuch, die damit verbundenen ökonomischen Dynamiken zu rekonstruieren, geht es diesem Aufsatz auch darum, diese Ambivalenz aufzugreifen und zu fragen, was gegen ein striktes Haushalten mit der Ressource *headspace* sprechen könnte.

Um ein genaueres Verständnis der mit der Rede vom *living rent-free in your head* assoziierten ökonomischen, epistemologischen und politischen Fragestellungen zu gewinnen, rekonstruiert sie der Aufsatz nacheinander in zwei unterschiedlichen begrifflichen Referenzrahmen und fragt, welche individuellen und politischen Möglichkeiten einer Positionierung sich aus diesen Beschreibungen ableiten lassen. Der folgende erste Teil nimmt hierzu seinen Ausgang von einer behavioristisch ausgerichteten Konzeption des Designs digitaler Anwendungen, die sich selbst in den Kontext von Mind Control und Brainwashing einordnet. Diese Konzeption verbindet die Intention einer ökonomischen Extraktion von Aufmerksamkeit mit der Idee, dass durch die Platzierung sogenannter Trigger bei Nutzer*innen ein reflexhaftes Verhalten erzeugt werden kann. Die im Diskurs um das *living rent-free in your head* angesprochene Variante von Mind Control konkretisiert sich hierbei im Szenario eines Kampfes um die endliche Ressource *headspace* und die menschliche Neuroplastizität. Dies erlaubt es auch zu verstehen, warum die Fähigkeit, den *headspace* anderer zu besetzen und zugleich selbst *disaffected* zu bleiben, im Kontext der Aufmerksamkeitsökonomie als Ausdruck einer spezifischen Form der Souveränität und Überlegenheit gedeutet werden kann. Dem stellt der zweite Teil einen medienphilosophischen Referenzrahmen gegenüber. Marie-Luise Angerer's Theorie eines affektiven Dispositivs und Wendy Chuns Theorie der Gewohnheit sollen

¹⁵ Jacques Lacan: *Das Seminar, Buch II (1954–1955): Das Ich in der Theorie Freuds und in der Technik der Psychoanalyse*, Weinheim 1991, 390, vgl. auch Sigmund Freud: *Eine Schwierigkeit der Psychoanalyse* (1917), in: ders.: *Gesammelte Werke*, Bd. 12, Frankfurt / M. 1999, 3–12, hier 11.

¹⁶ Vgl. hierzu Marie-Luise Angerer: *Nichtbewusst. Affektive Kurzschlüsse zwischen Psyche und Maschine*, Wien, Berlin 2022.

es dabei erlauben, den behavioristischen Beschreibungsrahmen deskriptiv einzuholen, historisch zu kontextualisieren und mit Alternativen zu konfrontieren. Mit Angerers Unterscheidung zwischen einem Unbewussten der Psychoanalyse und einem affektiven Nichtbewussten soll zunächst gezeigt werden, wie die Idee vom mietfreien Wohnen im Kopf im Sinne einer affektiven Kopplung zu deuten ist. Chuns Konzept von Gewohnheit macht es möglich, diese Internalisierungen und Beziehungsformen im Sinne eines habituellen Nichtbewussten weiterzudenken. Ausgehend von Chuns Kritik an Phantasmen der Souveränität und ihrem Gegenmodell einer wachsam Akzeptanz der eigenen Verletzlichkeit wird abschließend für eine einladende Haltung zu potenziellen *headmates* bzw. *bodymates* und gegen die politische Denunziation eines Sich-Sorgens um die Welt und Andere argumentiert.

Teil 1: Verhaltensdesign, Trigger und der Kampf um «headspace»

In diesem ersten Teil geht es darum, die für den Diskurs um das mietfreie Wohnen im Kopf charakteristische Verknüpfung von Aufmerksamkeitsökonomie und potenziell fremdbestimmter Agency aus der Perspektive von Diskursen aus den Feldern der Verhaltenswissenschaft und des Verhaltensdesigns in den Blick zu nehmen. Dies soll hier exemplarisch anhand des von dem Unternehmer, Designer und Blogger Nir Eyal 2013 veröffentlichten Buchs *Hooked: How To Build Habit-Forming Products* geschehen, das ein Jahr später als *Hooked. Wie Sie Produkte erschaffen, die süchtig machen* auch auf Deutsch erschien. Der titelgebende Ausdruck *hooked* bezeichnet unter anderem einen Medien- oder Substanzgebrauch, mit dem eine Person nicht mehr aufhören kann.¹⁷ Das Titelbild beider Fassungen suggeriert den direkten Zugriff auf das menschliche Gehirn mit einem Cursor-Pfeil. Im Text selbst wird dann eine «neue Supermacht» heraufbeschworen, durch die Unternehmen mit «ein paar Bits Programmcode auf einem Bildschirm [...] augenscheinlich die Gehirne der Nutzer kontrollieren» können.¹⁸ Hier ist dieses in vieler Hinsicht auch problematische Buch nicht nur von Interesse, weil es sich selbst rhetorisch in den Kontext von Mind Control und Brainwashing stellt, sondern auch, weil es ein Modell des Verhaltensdesigns entwickelt, das die zwei oben beschriebenen Motive der Extraktion von Aufmerksamkeit und der Fremdbestimmung von Agency miteinander verknüpfen soll. Als Schnittstelle fungieren hierbei sogenannte interne Trigger, also emotionale und affektive Zustände, die über Internalisierungsprozesse mit bestimmten Handlungsrou-tinen verbunden werden sollen. Dass sich derartige Vorstellungen, etwa in der Rede von Triggern und Getriggertsein, auch in der Alltagspsychologie wie im politischen Diskurs wiederfinden, zeigt ihre Bedeutung für die zeitgenössische Auffassung des menschlichen Geistes.

Eyals Ansatz eines gewohnheitsprägenden Designs lässt sich mit Angerers als Teil eines affektiven Dispositivs deuten, das menschliches Verhalten aus

¹⁷ Vgl. Hooked [nutzer*innen-generierte Sammlung von Wörterbucheinträgen], *Urban Dictionary*, verschiedene Daten, urbandictionary.com/define.php?term=Hooked (10.1.2025).

¹⁸ Nir Eyal: *Hooked. Wie Sie Produkte erschaffen, die süchtig machen*, München 2014, 17 und 9.

behavioristischer Perspektive neu interpretiert und dabei zugleich für den Zugriff von Designpraktiken erschließt.¹⁹ Eine prominente Rolle spielt dabei die Stanford University mit dem Stanford Prison Experiment von Philipp Zimbardo aus dem Jahr 1971 sowie dem von dessen Schüler B. J. Fogg 1998 dort gegründeten Persuasive Technology Lab.²⁰ Eine weitere Referenz bildet das von Richard Thaler und Cass Sunstein begründete Konzept des *nudging*, das eine subtile Beeinflussung menschlichen Verhaltens ohne Zwang beschreibt.

Vor diesem Hintergrund lassen sich einleitend drei wichtige Voraussetzungen für Eyal's Ansatz erklären: Eine erste Prämisse besteht darin, Computer zur Beeinflussung von Einstellungen und Verhalten einzusetzen. Dies ist für Fogg die Aufgabe einer neuen Designdisziplin der *captology* (kurz für «Computers As Persuasive Technologies»). Nach *functionality* seit den 1950ern, *entertainment* seit den 1970ern und *ease of use* seit den 1980ern stelle *persuasion*, so Fogg, Cueller und Danielson, eine «fourth major wave of computing» dar.²¹ Diese vierte Welle falle Ende der 1990er mit der Popularisierung des World Wide Web zusammen und zielle darauf, interaktive Systeme in die Lage zu versetzen, Nutzer*innen zu motivieren und zu beeinflussen.²² Eine zweite Voraussetzung liegt darin, dass menschliches Handeln dem Design zugänglich gemacht wird, was Fogg durch die von ihm ebenfalls begründete Disziplin des *behavior design* leisten will.²³ In dem dabei entwickelten Verhaltensmodell fasst er menschliches Verhalten als ein Produkt aus dem Zusammenwirken der drei Parameter von Motivation (*motivation*), Fähigkeit (*ability*) und Handlungsauslöser (*prompt* oder *trigger*). Wie die Grafik in Abbildung 4 zeigt, wird das Verhalten so zu einem statistischen Phänomen, wobei Designtechniken gezielt an jedem dieser Parameter ansetzen können, um die Wahrscheinlichkeit eines bestimmten Verhaltens zu erhöhen. Der Anwendungsbereich dieses Modells reicht von der Interaktion mit digitalen Produkten bis hin zu Praktiken der Selbstoptimierung, die Fogg in einem Bestseller der Ratgeberliteratur beschrieben hat.²⁴ Eine dritte Voraussetzung besteht darin, dass diese Designpraktiken den Menschen auf einer Ebene des Nichtbewussten adressieren. Dies basiert auf der Annahme, dass das menschliche Gehirn über zwei Systeme der Entscheidungsfindung verfügt: über ein reflexives, rationales System, das allerdings mit hohen mentalen Kosten verbunden ist, und über ein automatisches System, das kostensparend aufgrund von Vorurteilen und vergangenen Erfahrungen entscheidet, dabei aber von spezifischen *biases* gekennzeichnet ist. Die Designpraxis des *nudging* zielt darauf, die *biases* des automatischen Systems auszunutzen, um Handlungen durch die Umgestaltung von Entscheidungsarchitekturen in einer

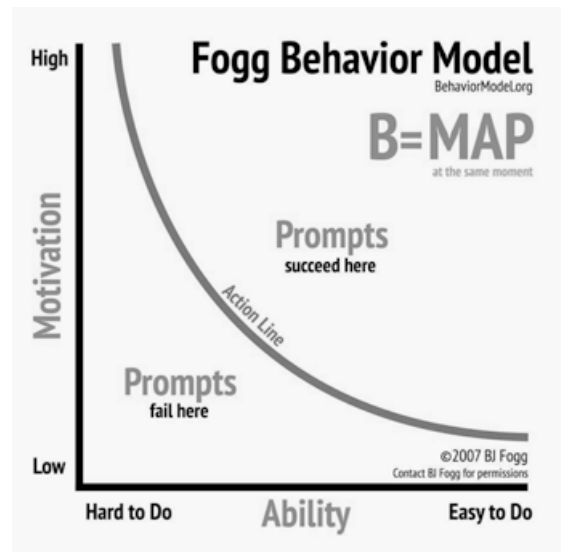


Abb. 4 Verhaltensmodell nach B. J. Fogg, Orig. in Farbe

¹⁹ Angerer: *Nichtbewusst*, 16. Vgl. zu einer genaueren Diskussion dieses Begriffs den zweiten Teil weiter unten.

²⁰ Eyal hat zwar Kurse bei Fogg besucht, dieser distanziert sich aber von der Aussage, dass Eyal einer seiner Studierenden gewesen sei, vgl. Yasmin Samrai: *How Stanford Profits Off Addiction*, *Stanford Review*, 4.2.2020, stanfordreview.org/how-stanford-profits-tech-addiction-social-media (20.12.2024).

²¹ B. J. Fogg, Gregory Cueller, David Danielson: *Motivating, Influencing, and Persuading Users: An Introduction to Captology*, in: Andrew Sears, Julie A. Jacko (Hg.): *The Human-Computer Interaction Handbook: Fundamentals, Evolving Technologies, and Emerging Applications*, New York 2007, 133–146, hier 135.

²² Ebd.

²³ B. J. Fogg: *A Behavior Model for Persuasive Design*, in: *Persuasive '09: Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*, Nr. 40, 26.4.2009, 1–7, doi.org/10.1145/1541948.1541999.

²⁴ Vgl. ders.: *Tiny Habits: The Small Changes that Change Everything*, New York 2019.



Abb. 5 Hooked-Modell nach Nir Eyal, 2014

vorhersagbaren Weise zu beeinflussen.²⁵ Ethisch vertretbar soll dies sein, solange diese Lenkung mit den eigenen langfristigen Zielen des Individuums – wie etwa dem Ziel einer gesunden Ernährung – in Einklang steht.²⁶

Während Fogg, Cueller und Danielson 2007 die Funktion des *persuasive designs* bei der Gestaltung von Websites noch in der Erhöhung der Glaubwürdigkeit von Informationen sehen,²⁷ argumentiert Eyal sechs Jahre später ausgehend von Fallstudien zu großen Social-Media-Plattformen (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest und Tinder) und im Kontext der Aufmerksamkeitsökonomie. Hier ist es das Ziel des Designs, dass ein*e Nutzer*in «ein Produkt aus eigenem Antrieb verwendet, wieder und wieder, ohne dafür offenkundige Handlungsappelle wie Anzeigen oder Werbekampagnen zu be-

nötigen».²⁸ Dass Produkte immer wieder genutzt werden sollen, wird bei Eyal vorausgesetzt, aber nicht weiter erklärt. Shoshana Zuboff hat in ihrer Analyse des Überwachungskapitalismus gezeigt, dass das Geschäftsmodell der großen Plattformen auf der Extraktion von Verhaltensdaten beruht, die auf einem Markt für Verhaltensprognosen gehandelt werden. Die Maximierung einer Nutzungsdauer folgt demnach einem Extraktionsimperativ, der besagt, dass die Menge der extrahierten Daten zu maximieren sei, um einen Skalenvorteil zu erreichen.²⁹ Im Zentrum von Eyals Auseinandersetzung mit der Aufmerksamkeitsökonomie steht demgegenüber der Bereich der Kund*innenansprache: In einer mit Bildschirmen und Reizen überladenen Umwelt sei die «kostenintensive Gehirnwäsche» klassischer Werbung schlicht zu teuer und ineffizient geworden.³⁰ An ihre Stelle soll daher «unaufgeforderte Kundenbindung» treten,³¹ d. h. ein Mechanismus, der eine*n Nutzer*in immer wieder von selbst zur Nutzung des Produkts zurückkehren lässt. Die mit der Metapher vom *living rent-free in your head* beschriebene nichtreziproke Beziehung wird auch hier zum Prinzip der Plattformökonomie: Unternehmen versuchen, möglichst viel Aufmerksamkeit und damit Verhaltensdaten der Nutzer*innen zu extrahieren, während sie gleichzeitig so wenig Aufmerksamkeit und eigene Ressourcen wie möglich in die direkte Ansprache der Kund*innen investieren wollen.

Das Konzept, das ein wiederholtes, automatisiertes Nutzungsverhalten hervorbringen soll, entwickelt Eyal aus der Verbindung eines behavioristischen Modells des menschlichen Geistes mit Techniken des User-Experience-Designs. Eyals *hooked model* nutzt hierbei die Fähigkeit digitaler Produkte, dynamisch mit Nutzer*innen zu interagieren, und unterteilt die User*innen-Experience eines Produkts in vier zeitlich aufeinanderfolgende Phasen (*trigger*/Auslöser, *action*/Handlung, *reward*/Belohnung, *investment*/Investition),

²⁵ Nudging, also ein sanftes Schubsen, wird hierbei definiert als «alle Maßnahmen, mit denen Entscheidungsarchitekten das Verhalten von Menschen in vorhersagbarer Weise verändern können, ohne irgendwelche Optionen auszuschließen oder wirtschaftliche Anreize stark zu verändern». Richard Thaler, Cass Sunstein: *Nudge. Wie man kluge Entscheidungen anstößt*, Berlin 2011, 15.

²⁶ Ebd., 14 f.

²⁷ Fogg, Cueller, Danielson: *Motivating, Influencing, and Persuading Users*, 140.

²⁸ Eyal: *Hooked*, 23.

²⁹ Vgl. Shoshana Zuboff: *Surveillance Capitalism and the Challenge of Collective Action*, in: *New Labor Forum*, Bd. 28, Nr. 1, 2019, 10–29, hier 16, doi.org/10.1177/1095796018819461.

³⁰ Eyal: *Hooked*, 11.

³¹ Ebd., 23.

die idealerweise bei jeder Nutzung durchlaufen werden (vgl. Abb. 5).³² Je öfter dies geschieht, «desto wahrscheinlicher ist es, dass sich bei den Konsumenten Gewohnheiten bilden».³³ Gewohnheiten definiert Eyal im Sinne einer behavioristischen Sichtweise von Reiz und Reaktion als «automatische Verhaltensweisen, die durch situationsbedingte Reize ausgelöst werden».³⁴ Ein zentraler Aspekt ist hierbei die Unterscheidung zwischen externen und internen Reizen bzw. Triggern. Trigger sind definiert als Verbindung eines Reizes mit einer Information darüber, «was als Nächstes zu tun ist».³⁵ Ein exemplarischer externer Trigger ist eine Schaltfläche mit der Aufschrift «Klicken Sie hier». In diese Kategorie gehören bezahlte Werbung, mediale Aufmerksamkeit, Empfehlungen von Freund*innen oder Push-Benachrichtigungen, die allerdings teuer und/oder unberechenbar sind. An deren Stelle soll daher eine unaufgeforderte Kund*innenbindung treten, die darauf basiert, dass Verhaltensweisen spontan und ohne externe Anlässe stattfinden. Als Handlungsauslöser sollen interne Reize in Form «winziger Stressfaktoren» dienen, die dem eigenen psychischen Apparat der Nutzer*innen angehören: «Das Gefühl von Langeweile, Einsamkeit, Frustration, Verwirrung und Unentschlossenheit verursacht häufig einen leisen Schmerz oder ein Unwohlsein und löst fast umgehend eine oft gedankenlose Handlung aus, um die negative Empfindung zu unterdrücken».³⁶ Ein interner Trigger besteht in der Kopplung des Produkts an ein solches negatives Gefühl bzw. affektives Defizit, wobei «die Information darüber, was als Nächstes zu tun ist», in diesem Fall »als gelernte Assoziation im Gedächtnis des Anwenders verankert« ist.³⁷ Unternehmen konkurrieren hierbei untereinander um die erste Position: «Es gewinnt diejenige Lösung, die einem als Erstes einfällt.»³⁸ Eine wiederholte unaufgeforderte Nutzung des Produkts soll also durch das Etablieren eines weitgehend nichtbewussten Verhaltensautomatismus sichergestellt werden. Der interne Trigger fungiert dabei als Schnittstelle, die das aufmerksamkeitsökonomische Problem der Unternehmen affektökonomisch lösen soll, indem negative Affekte als Ressource genutzt und durch Gewöhnung in Handlungsauslöser umgewandelt werden. Der Rede von «Produkten, die süchtig machen» im Titel der deutschen Ausgabe von Eyals Buch entspricht dabei die Idee, dass das jeweilige Produkt für die affektiven Defizite der Nutzer*innen als «Schmerzmittel» fungiere, wodurch Eyal sein Konzept selbst in den Zusammenhang der Substanzabhängigkeit rückt.³⁹

Im *hooked model* soll auf einen (externen oder internen) Trigger zunächst eine Handlung (*action*) folgen – wie etwa das Posten eines Status-Updates. Das Design einer Website oder App zielt hierbei darauf, dies im Sinne von Foggs Verhaltensmodell wahrscheinlicher zu machen, etwa indem es Dringlichkeit oder Knappheit suggeriert und so die Motivation zum Handeln verstärkt oder indem es durch Einfachheit und intuitive Verständlichkeit gezielt Hindernisse eliminiert, die die reflexhaft-nichtbewusste Ausführung der Handlung stören könnten.⁴⁰ In der darauffolgenden Phase sollen die Nutzer*innen Belohnungen (*rewards*) in Form von Likes, interessanten Tweets oder Punktesystemen

³² In den ersten Auflagen des Buchs wurde das Modell noch als *hook model* bezeichnet, was später durch *hooked model* ersetzt wurde.

³³ Ebd., 11.

³⁴ Ebd., 9.

³⁵ Ebd., 52.

³⁶ Ebd.

³⁷ Ebd.

³⁸ Ebd., 10.

³⁹ Ebd., 36.

⁴⁰ Ebd., 62f. und 65f.

erhalten, die bestimmte subjektive Bedürfnisstrukturen ansprechen. In der belohnungsbasierten Verhaltenskonditionierung soll aber zugleich die Fähigkeit des Modells liegen, «ein Bedürfnis zu schaffen».⁴¹ Die wiederholte Assoziation einer Handlung mit einer Belohnung soll ein *craving* hervorbringen, d. h. ein als Sogwirkung erlebtes Verlangen, diese Handlung erneut auszuführen. In der Erzeugung und Verstärkung eines solchen Verlangens spielt, wie Eyal mit Blick auf den Diskurs um Glücksspiele und den Neurotransmitter Dopamin argumentiert, die Variabilität, d. h. das unvorhersehbare Eintreffen von Belohnungen, eine zentrale Rolle.⁴² Damit stellt er seinen Designansatz in einen Zusammenhang mit neurowissenschaftlichen Forschungen, die Sucht und Abhängigkeit nicht als Krankheit verstehen, sondern als strukturelles Potenzial der Plastizität des menschlichen Dopaminsystems.⁴³ Den handlungsantreibenden negativen Emotionen wie Langeweile oder Einsamkeit entsprechen im neurowissenschaftlichen Beschreibungsrahmen Dopamindefizite, wodurch das affektökonomische Konzept des internen Triggers noch einmal technopharmakologisch grundiert wird. In der vierten Phase der Investition (*investment*) werden Nutzer*innen dazu aufgefordert, Arbeit zu investieren. Hierbei entsteht etwa durch das Eingeben von Präferenzen ein besser auf eine*n Nutzer*in zugeschnittener Feed; das Abonnieren eines Newsletters bereitet den nächsten externen Trigger vor. Durch diese Investition soll aber zugleich ein Einstellungswechsel entstehen, der auch <Ikea-Effekt> genannt wird: «Je mehr Zeit und Mühe ein Kunde in ein Produkt (oder eine Dienstleistung) investiert, desto mehr Wert misst er ihm bei».⁴⁴ Dabei soll das Bestreben, kognitive Dissonanzen zu vermeiden, zu einer nachträglichen Rechtfertigung des investierten Aufwands führen. Diese im Grunde unverdiente Wertschätzung soll in der Folge weitere Investitionen nach sich ziehen und den Wechsel zu einem anderen, möglicherweise interessanteren Produkt erschweren. Sie stellt dem mit negativen Affekten verbundenen *craving* eine für die Nutzer*innen positiv konnotierte emotionale Bindung zur Seite.

In der Verbindung von aufmerksamkeitsökonomischen mit behavioristischen und neurowissenschaftlichen Diskursen bietet Eyals Modell einen Erklärungsansatz dafür, wie es einer Sache gelingen kann, mietfrei im Kopf einer Person zu leben, d. h. zum Gegenstand von wiederholten, scheinbar anlasslosen und potenziell fremdbestimmten Denk- und Handlungsrouninen zu werden. Eyal zufolge kann dies passieren, wenn ein Verhalten, das ursprünglich eine Reaktion auf einen externen Reiz war, durch Wiederholung mit dem Affekthaushalt einer Person verknüpft wird. Negative Emotionen werden dann zu internen Triggern, also zu Auslösern für Gedankenschleifen oder Handlungsrouninen, die etwa auf das Bedürfnis nach sozialer Bestätigung oder Stabilisierung des Selbstwerts antworten. Die Funktionsweise des Neurotransmitters Dopamin bietet eine weitere Erklärung, warum affektive Defizite handlungsantreibend wirken und wie ein *craving* gezielt hervorgebracht werden kann. Dass Nutzer*innen dabei eine Erfahrung von Spaltung oder Fremdbestimmtheit machen können,

⁴¹ Ebd., 15.

⁴² Ebd., 15 und 94 f.

⁴³ Vgl. hierzu auch die medien- und kapitalismustheoretische Einordnung in Gerald Moore: Dopamin-ing and Disadjustment: Addiction and Digital Capitalism, in: Vanessa Bartlett, Henrietta Bowden-Jones (Hg.): *Are We All Addicts Now? Digital Dependence*, Liverpool 2017, 65–78, hier 67 f.; ders.: *The Pharmacology of Addiction*, in: *Parrhesia*, Bd. 1, Nr. 29, 2018, 190–211, durham-repository.worktribe.com/OutputFile/1402654 (13.1.2025).

⁴⁴ Eyal: *Hooked*, 128. Zum <Ikea-Effekt> vgl. Michael I. Norton, Daniel Mochon, Dan Ariely: *The IKEA effect: When Labor Leads to Love*, in: *Journal of Consumer Psychology*, Bd. 22, Nr. 3, 2012, 453–460, doi.org/10.1016/j.jcps.2011.08.002.

ist nachvollziehbar, weil diese Prozesse auf der Ebene eines automatischen und nichtbewussten Denksystems ablaufen sollen, das mit dem reflexiven und bewussten Denksystem nicht übereinstimmen muss. Im Fazit wird mit dem Konzept des internen Triggers ein Beschreibungssystem zur Verfügung gestellt, das auf die reflexhaften Gedankenschleifen des Ressentiments und reflexhafte Zyklen politischer Erregung ebenso zu passen scheint wie auf reflexhafte Schleifen der Technologienutzung. Im Folgenden sollen nun die Implikationen dieses Modells genauer diskutiert werden.

Aufmerksamkeitsökonomische Diskurse konzipieren die digitale Ökonomie ausgehend von einer begrenzten Menge menschlicher Aufmerksamkeit, die als Ressource extrahiert und bewirtschaftet werden kann. Der kapitalistischen Abschöpfung von Reichtum entspricht, wie eingangs beschrieben, auf der Seite der Nutzer*innen eine Verarmung, die insbesondere auf der Ebene der Neuroplastizität lokalisiert wird. Mit Blick auf das oben betrachtete Modell, das die Abschöpfung von Aufmerksamkeit gezielt mit einer Modulation von Affekten verbindet, lässt sich dies affektökonomisch erweitern. Exemplarisch hierfür ist Paul B. Preciados Modell eines pharmapornografischen Kapitalismus, der auf der Extraktion der «aktuelle[n] oder virtuelle[n] Kraft der [...] Erregung eines Körpers» beruht.⁴⁵ Der nur begrenzt verfügbaren menschlichen Aufmerksamkeit wird so das ebenso begrenzte Potenzial, erregt zu werden, zur Seite gestellt. Preciados Überlegungen lassen sich dabei auf das Dopamining beziehen, ein «industrial model based on the extraction of dopamine», das in einem selbstverstärkenden Feedback-Loop zu einer fortschreitenden Abstumpfung und dem Bedürfnis nach immer stärkeren Stimuli führen soll.⁴⁶ Wie bereits oben erwähnt, wird der Aufmerksamkeitsökonomie ein negativer Einfluss auf die Fähigkeit der Subjekte, aufmerksam zu sein, zugeschrieben. Kritiker*innen der von Dopamin angetriebenen Affektökonomie diagnostizieren analog hierzu die Erosion des Potenzials, erregt zu werden oder Lust zu empfinden, bis zur letzten Konsequenz der «*anhedonia*, which is the inability to enjoy pleasure of any kind».⁴⁷ Da es aber gerade die Defizite in Form immer stärkerer *cravings* sind, die die Nutzer*innen zum Produkt zurückbringen sollen, ist dieser Verlust kein bloßer Nebeneffekt der kapitalistischen Extraktion, sondern das, was diese am Laufen hält.

Eine behavioristische Interpretation von Mensch-Technik-Beziehungen, die diese vermittelt über das Konzept des Dopamins in die Nähe der Drogen sucht rückt, findet sich im Blick der Tech-Industrie auf ihre eigenen Produkte,⁴⁸ in kritischen Warnungen vor diesen Produkten⁴⁹ sowie in den daran anknüpfenden Selbsthilfediskursen.⁵⁰ Die dieser Sichtweise inhärente Reduktion menschlichen Verhaltens auf Input-Output-Mechanismen ist in verschiedener Weise kritisiert worden. So hat N. Katherine Hayles bereits 2007 festgestellt, dass der Dopaminzyklus keinesfalls «the whole story» sei und dass das, was Gamer*innen zu Spielen zurückbringe, auch mit der Erfahrung von «autonomy, competence, and relatedness» zusammenhänge.⁵¹ Diese Einsicht lässt

⁴⁵ Paul B. Preciados: *Testo Junkie*, Berlin 2016, 42.

⁴⁶ Vgl. Moore: *Dopamine and Disadjustment*, 68.

⁴⁷ Anna Lembke: *Dopamine Nation: Finding Balance in an Age of Indulgence*, New York 2021, 45.

⁴⁸ So Warren Sack 2020 in einem Interview mit Megan Boler und Elizabeth Davis: «Right now, in Silicon Valley, the preferred vocabulary is, bizzarely, predominantly a vocabulary of behaviorism. Why do people keep going back to Instagram? Well, Silicon Valley explains, it's a dopamine hit. One can hear this over and over again», Boler, Davis: *Beyond Behaviorism and Black Boxes*, 137.

⁴⁹ Vgl. exemplarisch Trevor Haynes: *Dopamine, Smartphones & You: The Battle for Your Time* [Blogbeitrag], *Science in The News* [Harvard Graduate School Blog] 1.5.2018, sites.harvard.edu/sitn/2018/05/01/dopamine-smartphones-battle-time/ (13.1.2025). Für einen kurzen Überblick zu diesen Diskursen vgl. Joshua Neves: *The Internet of People and Things*, in: ders., Aleena Chia, Susanna Paasonen, Ravi Sundaram (Hg.): *Technopharmacology*, Lüneburg, Minneapolis 2022, 89–119, hier 106 f., doi.org/10.14181/029-0.

⁵⁰ Vgl. exemplarisch Lembke, *Dopamine Nation*.

⁵¹ Hayles: *Hyper and Deep Attention*, 194 f.

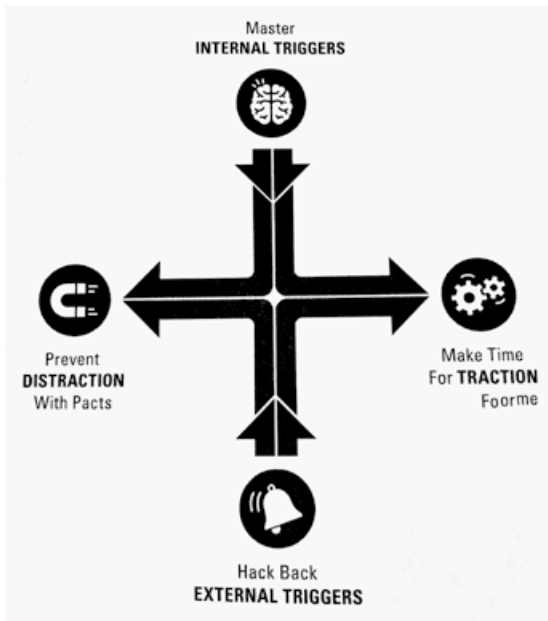


Abb. 6 Indistractable-Modell nach Nir Eyal, 2019

⁵² Moore: The Pharmacology of Addiction, 206.

⁵³ Ebd., 203.

⁵⁴ Ebd., 206.

⁵⁵ Susanna Paasonen: Drugs, Epidemics, and Networked Bodies of Pleasure, in: Joshua Neves, Aleena Chia, Susanna Paasonen, Ravi Sundaram (Hg.): *Technopharmacology*, Lüneburg, Minneapolis 2022, 1–28, hier 11, doi.org/10.14619/029-0-56

⁵⁶ Ebd., 5 (Zitat) und 23.

⁵⁷ Ebd., 2.

⁵⁸ Neves: The Internet of People and Things, 107.

⁵⁹ Zwar könne es «bei verantwortungsloser Anwendung» seines Buches zu «gedankenlosen, zombiartigen Abhängigkeiten» kommen, er selbst sei allerdings überzeugt, dass gewohnheitsprägende Produkte «das Leben durch heilsame Gewohnheiten bereichern, die unserer Beziehungen verbessern, uns klüger machen und unsere Produktivität erhöhen», Eyal: *Hooked*, 18f.

sich in zwei Richtungen weiterverfolgen. Gegen die Vorstellung, dass eine pathologische Abhängigkeit quasi automatisch aus der Interaktion des menschlichen Gehirns mit bestimmten Technologien entstehe, argumentiert Gerald Moore, dass derartige Phänomene umweltbezogen, plastisch und programmierbar sind.⁵² Kompulsiver Mediengebrauch sei demnach attraktiv als Mittel zur Weltflucht angesichts einer von Krise und Chaos, Bullshit-Jobs und gesellschaftlicher Erstarrung geprägten toxischen Umwelt.⁵³ Das industrialisierte Dopaminergie stellt Moore dabei unter Rückgriff auf Bernard Stiegler und Karl Marx in den Zusammenhang einer Proletarisierung und eines konsumierenden Verhältnisses zur Technologie. Die entsprechenden Techniken könnten aber, jenseits der toxischen Verhältnisse des Plattformkapitalismus, auch zu kreativen Mitteln einer Transformation werden.⁵⁴ Auf einer anderen Ebene argumentiert

Susanna Paasonen gegen eine verengte Charakterisierung des Technologiegebrauchs als Sucht und Pathologie, die dem Schema einer «pathologization of pleasure practices» folge.⁵⁵ Diagnosen von Technologiesucht operierten auf der Grundlage einer mit Eve Kosofsky Sedgwick als «propaganda of the free will» zu verstehenden Vorstellung autonomer, in sich abgeschlossener und frei entscheidender Subjekte ebenso wie auf einer Dichotomie von authentischen oder natürlichen und technologisch vermittelten Begehren, die sich letztlich nicht durchhalten lasse.⁵⁶ Paasonen zielt daher darauf, Konzepte von Sucht (*addiction*) durch solche von «infrastructural technological dependencies, connections, and attachments» zu ersetzen.⁵⁷

Diese Stränge der Kritik können durch einen weiteren ergänzt werden, der die Subjektivierungs- und Beziehungsmodelle in den Blick nimmt, die diese Verbindung von aufmerksamkeitsökonomischen und behavioristischen Diskursen hervorbringt. Zentral ist hierbei, so Joshua Neves, das Bild eines Kampfes, eines «battle over our time, habits, and the very routes taken by neurotransmitters».⁵⁸ Im Sinne eines solchen Kampfes lassen sich auch die eingangs vorgestellten Zitate aus der Ratgeberliteratur deuten, die dazu aufrufen, die Kontrolle über den eigenen *headspace* zu behalten und ihn als begrenzte Ressource zu behandeln. Einen aktualisierten Beitrag zu diesem Diskurs leistet Eyal in seinem 2019 erschienenen zweiten Buch *Indistractable: How to Control Your Attention and Choose Your Life (Die Kunst, sich nicht ablenken zu lassen)*. Während *Hooked* noch suggeriert, in denen die langfristigen Interessen der Nutzer*innen mit denen der Unternehmen zusammenfallen,⁵⁹ verspricht das zweite Buch Abwehrstrate-

gien: «Wir können Trainingsmaßnahmen ergreifen und unser Gehirn zurückerobern».⁶⁰ Visualisiert das *booked model* die Idee der fremdgesteuerten Internalisierung mit einer Spirale (vgl. Abb. 5), so evoziert das entsprechende Diagramm aus *Indistractable* nun die Vorstellung eines Handlungszentrums, das sich über die nach außen zeigenden Pfeile proaktiv gegen seine Umwelt durchsetzt (vgl. Abb. 6). Den in *Hooked* beschriebenen Strategien der Aufmerksamkeitsextraktion und Verhaltensprogrammierung werden so passgenaue Gegenstrategien wie «externe Trigger abwehren» und «interne Trigger bewältigen» gegenübergestellt. Ausgehend von den beiden Büchern lässt sich der ständige Kampf um die Kontrolle über *headspace* (Aufmerksamkeit, Erregbarkeit) und neuroplastisches Potenzial (Gewohnheiten, Abhängigkeiten, Anpassungsfähigkeit) auf drei Ebenen lokalisieren: als Konkurrenz der Unternehmen untereinander um die Assoziation mit dem Affekthaushalt ihrer Nutzer*innen, als Abwehrkampf der Nutzer*innen gegen die Strategien der Unternehmen und als Faktor im Konkurrenzkampf der Nutzer*innen untereinander. Mit Bezug auf letztere enthält *Indistractable* die folgende Warnung: «In Zukunft werden wir die Menschheit in zwei Gruppen teilen können: diejenigen, die ihre Aufmerksamkeit und ihr Leben von anderen kontrollieren und zwangssteuern lassen, und diejenigen, die sich stolz «unzerstörbar» oder «unablenkbar» nennen können.»⁶¹

Dieser Kampf um die Kontrolle von *headspace* und nichtbewusste Verhaltensweisen kann als ein Paradigma von Mind Control in der Plattformökonomie gedeutet werden. An die Stelle der Vorstellung eines Umprogrammieren von Individuen in geschlossenen Milieus wie Sekten, Gefängnissen oder Umerziehungslagern tritt hier die eines dynamischen Prozesses, bei dem das Individuum eine zentrale Rolle spielt, indem es zur Selbstkontrolle und zum bewussten Umgang mit den eigenen Ressourcen angehalten wird. Dass mit diesem Kampf auch Hierarchievorstellungen verbunden sind, führt die Serie *Mad Men*, die von der Werbebranche in den 1960er und 70er Jahren handelt, in einem ikonisch gewordenen Schlagabtausch vor. Als Reaktion auf die Bemerkung eines Rivalen «I feel bad for you» entgegnet der Protagonist Don Draper: «I don't think about you at all» (vgl. Abb. 7). Die Serie, die sich Bernstein zufolge ganz dem Thema der entstehenden Aufmerksamkeitsökonomie widmet, illustriert so, dass es beim mietfreien Wohnen in den Köpfen der anderen auch um eine bestimmte Form von Macht geht: «The ability to make others think about you, and let them know about it, is a form of power».⁶² Im Kontext der Aufmerksamkeitsökonomie wird die Kontrolle über den eigenen *headspace* und die *disaffectedness*, die Don Draper hier beispielhaft verkörpert, also zur Grundlage für die Zuschreibung von Souveränität und einer Überlegenheit über jene, die dazu nicht gleichermaßen in der Lage sind. An die ökonomische

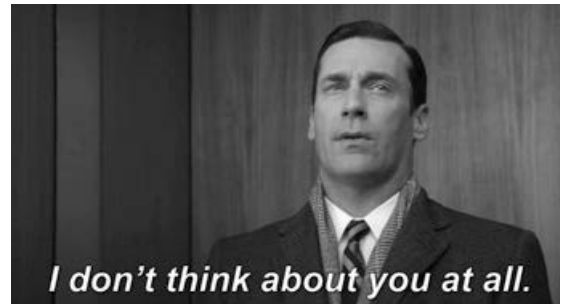


Abb. 7 Screenshot aus *Mad Men*, S5 E9: *Dark Shadows* (Regie: Scott Hornbacher, Erstausstrahlung 17.1.2014), Orig. in Farbe

⁶⁰ Nir Eyal: *Die Kunst, sich nicht ablenken zu lassen*, München 2019, 12 f.

⁶¹ Ebd., 13.

⁶² Bernstein: *Living In Your Head Rent-free*.

Logik des Extrahierens und Haushaltens mit Ressourcen knüpft sich so die Vorstellung von Hierarchien und Machtbeziehungen, die mit der Fähigkeit assoziiert werden, andere zu triggern, selbst aber nicht getriggert zu werden. Der folgende Abschnitt dient unter anderem dazu, dieses Bild der Verhältnisse mit Alternativen zu konfrontieren.

Teil 2: Das Nichtbewusste, Gewohnheiten und Verletzlichkeit

In diesem Teil sollen die mit der Idee des *living rent-free in your head* verbundenen Themen von affektiver Kopplung, Internalisierung und Agency in einen anderen, medienphilosophischen Referenzrahmen gestellt werden. Den Ausgangspunkt hierfür bilden Angerers Konzept eines affektiven Nichtbewussten und Chuns Überlegungen zur Rolle von Gewohnheiten im Regime der Neuen Medien. Diese können erklären, wie das Neudenken und performative Umformen der menschlichen Psyche durch Verhaltenswissenschaft und Verhaltensdesign als Teil von epistemologischen und gesellschaftlichen Paradigmenwechseln verstanden werden kann. Zugleich eröffnen sie alternative Beschreibungsebenen, die es erlauben, den Gedanken vom mietfreien Wohnen im Kopf aus der Perspektive von Vulnerabilität, Durchlässigkeit und Gastlichkeit anders zu denken, und die mit diesem Diskurs verbundenen Vorstellungen von Souveränität und Hierarchien kritisch zu hinterfragen.

Angerer: Das affektive Nichtbewusste

In ihrer Monografie *Nichtbewusst. Affektive Kurzschlüsse zwischen Psyche und Maschine* (2022) stellt Marie-Luise Angerer dem Konzept des *affektive turn* das eines affektiven Dispositivs gegenüber: Die Konjunktur der Affekte in den letzten Jahrzehnten sei nicht als Ende «eine[r] lange[n] Zeit der Unterdrückung und Verdrängung von Gefühlen» zu verstehen, sondern diene der Anpassung «de[s] menschliche[n] Körper[s] an seine technisch aufgerüstete Umwelt und an die nonhumanen *companions*». ⁶³ Laut Angerer greifen im affektiven Dispositiv ein Um- und Neudenken des Menschen in den Diskursen von Kybernetik, Verhaltens- und Neurowissenschaften sowie eine Rekonfiguration des menschlichen Lebens durch Techniken wie *nudging* oder *self-tracking* ineinander. Interessant ist Angerers Ansatz hier insbesondere, weil er beschreibt, wie die Stelle des psychoanalytischen Unbewussten, aber auch der poststrukturalistischen *différance* im affektiven Dispositiv durch eine neue Konzeption des affektiven Nichtbewussten ersetzt oder ergänzt wird. Dies stellt eine Grundlage dar, um zu verstehen, wie sich der Topos eines mietfreien Wohnens im Kopf vom psychoanalytischen Topos, wonach das Ich nicht «Herr im eigenen Hause» sei, unterscheiden könnte.

Was die beiden im Grunde inkommensurablen Paradigmen des Unbewussten und Nichtbewussten unterscheidet, lässt sich entlang der begrifflichen Achsen

⁶³ Angerer: *Nichtbewusst*, 16, Herv. im Orig.

von Innen und Außen, vom Bewusstem und seinem Gegenteil, sowie von menschlicher und nichtmenschlicher Agency nachvollziehen. Das Unbewusste der Psychoanalyse und die *différance* des Poststrukturalismus bezeichnen, so Angerer, eine «Leerstelle <im Innern> des Subjekts» oder eine «Binnen-Leere», die zugleich auf ein «Jenseits des Subjekts», ein «wie auch immer geartetes Außen (der Natur, des Körpers, des Materiellen)» verweise.⁶⁴ Diese Art der Spaltung, die das Innere des Subjekts auf ein Außen hin öffnet, manifestiere sich einerseits als Negativität und Entzug, begründe aber andererseits im Sinne einer ursprünglichen Unbestimmtheit und Offenheit die Möglichkeit des Subjekts, «sich als lebendig zu entfalten».⁶⁵ In der Konzeption des affektiven Nichtbewussten wird diese Leerstelle laut Angerer «neo-materialistisch-technologisch <gefüllt>».⁶⁶ Dies geschieht durch eine Neukonzeption von Bewusstem und Unbewusstem. Das unbewusste bzw. nichtbewusste «Jenseits des Subjekts» impliziere nun nicht mehr «psychisch-mentale oder spirituell-mythische Dimensionen», sondern «organisch-technische Prozesse [...], die jenseits unseres Wahrnehmungsvermögens sich ereignen».⁶⁷ Exemplarisch für diese Neufassung der Achse bewusst/unbewusst nennt Angerer die bereits oben im Kontext des *nudging* erwähnte Einteilung der menschlichen Kognition durch den Psychologen Daniel Kahneman in zwei «je anders agierende Denk-Systeme», die sich in Kosten und Geschwindigkeit unterscheiden: Dem langsamen System, das «abstrakte Schlussfolgerungen und komplizierte Denkmodelle entwickelt», stehe dabei das «schnelle, <automatisch> agierende Affekt-System» gegenüber, das ein Agieren, Reagieren und Verarbeiten unterhalb der Schwelle bewusster Wahrnehmung erlaube.⁶⁸ Dieses Nichtbewusste hat also nicht mehr den Status eines beschränkenden Außen, sondern den eines vorgängigen Diesseits in Gestalt einer biologisch-organischen Grundierung des Weltbezugs, die dem reflektierenden Denken vorausgeht. Mit der Idee einer materiellen und somatischen Verfassung des Nichtbewussten verknüpft sich eine weitere Verschiebung, die die Achse menschlich/nichtmenschlich betrifft: Sei «[d]as Unbewusste der Psychoanalyse [...] an ein humanes (sprachlich-symbolisch organisiertes) Subjekt gekoppelt», verbinde «der Begriff nichtbewusst [...] hingegen technische, mentale und körperliche Prozesse» und sei »damit auch nicht mehr ausschließlich dem Menschen zuzuordnen».⁶⁹ Gehe es, so Angerer mit Verweis auf die Philosophin Catherine Malabou, darum, «die Materialität des Denkens zu denken», so sei in diese Materialität «nun klarerweise eine technische Quer-Verbindung mit eingeschrieben».⁷⁰ In dieser Zone der Materialität des Denkens kann es somit gelingen, die bislang «getrennt gedachten Dimensionen» des Digitalen und Organischen miteinander zu «<koppeln>», wobei Angerer als zentrales «Moment der Verkopplung» die Ebene des Affekts bestimmt.⁷¹ Auf Grundlage solcher affektiven Kopplungen entstünden «Kurzschlüsse[] zwischen humaner und nonhumaner *agency*», bei denen sich aufgrund der unterschwelligen Art der Begegnung «die Frage, ob Mensch oder Maschine, nicht (mehr) stellt».⁷² Dennoch insistiert Angerer darauf, dass diese Kopplung letztlich nicht

64 Ebd., 57.

65 Ebd.

66 Ebd.

67 Ebd.

68 Ebd., 18.

69 Ebd., 7.

70 Ebd., 86f.

71 Ebd., 56 und 8.

72 Ebd., 7 und 115.

bruchlos gelingt, sondern immer die Möglichkeit eines Nichtaufeinandertreffens dieser Dynamiken enthält.⁷³

Mit Angerers Konzept des affektiven Nichtbewussten kann der Topos vom mietfreien Wohnen im Kopf zunächst epistemologisch genauer erfasst werden. Die Rede vom <Kopf> wurde dabei bisher vor allem im Sinne der Kontrolle über *headspace* als begrenzte Ressource menschlicher Aufmerksamkeit gedeutet. Mit dem Konzept des affektiven Nichtbewussten kann argumentiert werden, dass die beschriebene Verankerung, Internalisierung oder Kopplung nicht auf einer mentalen oder symbolischen Ebene stattfindet, sondern auf einer materiellen, somatischen und affektiven. Ließen sich die mietfrei im Kopf lebenden Mitbewohner*innen im Sinne der Metapher zunächst als *headmates* beschreiben, so wären sie hinsichtlich des Ortes, an dem ihre Agency verankert ist, eigentlich als *bodymates* zu verstehen, weil es sich nicht um rein mentale Phänomene oder bewusste Repräsentationen handelt. Ihre Aufenthaltsform ließe sich in Analogie zu dem «Eigenleben» erfassen, das für Angerer Implantate wie «Herzschrittmacher, Hörgeräte und viele inzwischen am und im Körper platzierte Mini-Roboter» in menschlichen Körpern entfalten. Dieses werde von der humanen Seite als «Reflex, als integriertes, automatisches Moment» wahrgenommen, «das im Fall der Störung, einer Unterbrechung oder Stockung, Irritationen auslöst – oder auch nicht».⁷⁴

Im Rahmen ihrer Konzeption des affektiven Dispositivs kommt Angerer immer wieder auf die Rolle des Designs zu sprechen. So nennt sie neben dem *nudging* den Kampf um Aufmerksamkeit durch «die ständige Werbung, die auf Online-Portalen aufpoppt, Messenger-Nachrichten mit ihrem Klingelton, Push-Nachrichten, die den Status quo von Postsendungen anzeigen».⁷⁵ Sie schreibt von «mechanische[n], reflexartige[n] Handlungen», «von *zapping*, *tracking*, *pinching*, *clicking*, vom ununterbrochenen Überprüfen der Daten und Messages».⁷⁶ Mit Natasha Dow Schülls Buch *Addiction by Design*, das sich mit Spielautomaten und Spielhallen in Las Vegas befasst, nennt sie einen wesentlichen Referenzpunkt für den Diskurs über abhängig machendes Design. Dow Schüll beschreibe «eine neue, spezifisch Trance-ähnliche Mensch-Maschinen-Konstellation [...], bei der die Grenze zwischen Maschine und Mensch verwischt wird, die Grenze zwischen Zwang und Kontrolle, zwischen Risiko und Belohnung».⁷⁷ Auch Eyal Designkonzeption lässt sich daher unschwer in der Begrifflichkeit Angerers einholen: Der Begriff der affektiven Kopplung kann ebenso auf das *craving* bezogen werden, das ein affektives Defizit mit einem digitalen Produkt verbinden soll, wie auf die durch den Ikea-Effekt hervorzubringingende emotionale Bindung. Angerers Annahme, dass «neue Anschlussmöglichkeiten zwischen Körpern und Umwelten» auf einer Ebene der «Taktung» stattfinden,⁷⁸ entspricht bei Eyal die Idee eines Managements von Zeitintervallen. Der Gedanke von «Kurzschlüssen zwischen humaner und nonhumaner *agency*»⁷⁹ und das damit verknüpfte Problem einer eindeutigen Zuschreibung von Agency lassen sich an der Konzeption des internen Triggers exemplifizieren.

73 Ebd., 117.

74 Ebd., 116.

75 Ebd., 17.

76 Ebd., 17 und 76, Herv. im Orig.

77 Angerer: *Nichtbewusst*, 77.

78 Ebd., 24.

79 Ebd., 7.

Dieser scheint gleichermaßen als innerer Antrieb wie technisch hervorgebracht, was Eyal in seinem Buch erlaubt, je nach Kontext von einer Befriedigung der eigenen Bedürfnisse der Nutzer*innen oder aber von der technischen Hervorbringung dieser Bedürfnisse zu sprechen.

Angerers Theorie des affektiven Dispositivs folgt in zwei Hinsichten einer kritischen Intention: Zum einen legt Angerer einen Fokus auf Intervention und Kontrolle, darauf, dass die entsprechenden Diskurse und Techniken eine «Ausweitung der technologischen Intervention in eine Dimension» ermöglichen sollen, «die bis dahin als [sic] unzugänglich, schwer kontrollier- und vorhersehbar war».⁸⁰ Zum anderen will sie angesichts der Formation des affektiven Nichtbewussten auch am Begriff des Unbewussten und am Erbe der Psychoanalyse festhalten. Hier wird vorgeschlagen, die im Begriff des affektiven Nichtbewussten gedachten «[n]eue[n] Kontakt- und Berührungszonen» und «neue[n] Interfaces»⁸¹ als neutrale Grundlage zu verstehen, die neben dem plattformökonomischen Zugriff auf somatische Routinen auch andere Arten einer affektiven Beziehung zu menschlichen oder nichtmenschlichen Anderen verständlich machen kann. Was für Beziehungen dies sein könnten, wird im folgenden Abschnitt genauer betrachtet.

Chun: Das habituelle Nichtbewusste

Wendy Chuns Monografie *Updating to Remain the Same: Habitual New Media* (2016) entwickelt eine Analyse der Neuen Medien unter dem Blickwinkel von *habits* bzw. Gewohnheiten. Bestimmt als «things that remain by disappearing from consciousness», haben Gewohnheiten darin zunächst eine zweifache Bedeutung: als Bleibendes und Beharrendes bilden sie einen kritischen Gegenpol zu einem von viraler Ansteckung und Disruption geprägten Verständnis der Zeitlichkeit Neuer Medien.⁸² Zugleich bilden Gewohnheiten ein somatisches Nichtbewusstes der Neuen Medien, das in Anlehnung an Angerers Begriff des affektiven Nichtbewussten als habituelles Nichtbewusstes bezeichnet werden kann. Wie auch Angerer beschreibt Chun dieses als eine Schnittstelle, die Beziehungen von «humans to other humans» sowie «humans to non-humans and the environment» ermöglicht.⁸³ Zugleich verschränken sich darin Oppositionen wie «mechanical and creative; individual and collective; human and nonhuman; inside and outside; irrational and necessary» in paradoxer Gleichzeitigkeit.⁸⁴ Wichtig ist für Chun auch die Semantik des Wohnens, die nicht nur der deutsche Gewohnheitsbegriff, sondern ebenso seine englische und lateinische Entsprechung enthalten, nämlich über die etymologische Beziehung zu *habere* (haben, halten usw.) und dessen Frequentativum *habitare* (wohnen). Chun zufolge sind Gewohnheiten einerseits Prozesse des Sich-Einrichtens und Sich-Anpassens, in denen menschliche Körper zu Bewohner*innen (*inhabitants*) der Neuen Medien werden;⁸⁵ andererseits sind sie Prozesse der Internalisierung und machen die Körper zu Speicher- und Gedächtnismedien, in denen Spuren

⁸⁰ Ebd., 19.

⁸¹ Ebd., 16f.

⁸² Chun: *Updating to Remain the Same*, x und 13f.

⁸³ Ebd., 7.

⁸⁴ Ebd., 4 f. Chun schreibt hierzu ebenfalls: «At a time when deconstruction is allegedly dead – killed by the very return to vitalist philosophy that grounds this return to habit – its spirit lives on in habit as *pharmakon*», ebd., 8.

⁸⁵ Ebd., 2.

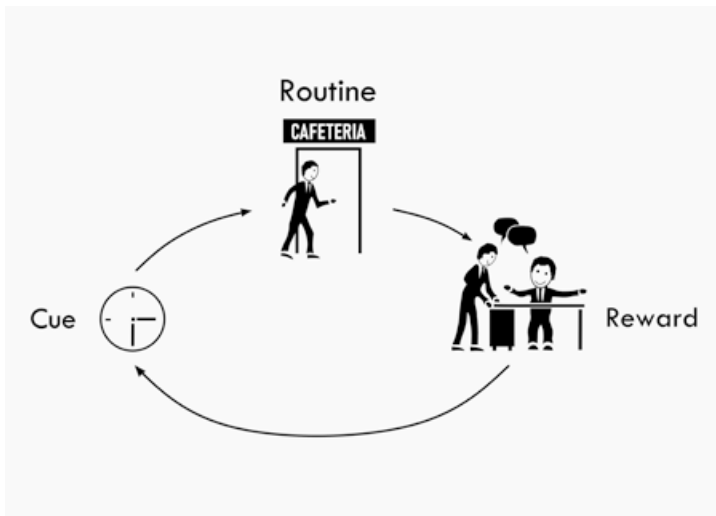


Abb. 8 Habit-loop-Modell nach Charles Duhigg, 2012

zum Teil längst obsolet gewordener Technologien weiterexistieren. Durch Gewohnheiten sind wir für Chun aber auch Teil von Netzwerken, nicht zuletzt bilden unsere Gewohnheiten einen Bestandteil jener netzwerkartigen Modelle, mit denen Big-Data-Unternehmen Zukunft antizipierbar machen wollen.⁸⁶ Dabei rückt sie den Gewohnheitsbegriff in die Nähe zum Informationsbegriff: Beide bezeichnen sowohl ein formierendes Training von Körpern wie auch eine Art der Kommunikation, die unterhalb der Ebene von Bedeutung stattfindet.⁸⁷

Das temporale Regime der Neuen Medien ist laut Chun mit Blick auf Gewohnheiten von zwei gegensätzlichen Motiven gekennzeichnet: Sei das Entstehen von Nutzer*innengewohnheiten einerseits unerlässlich für ökonomischen Erfolg, müsse andererseits ein Sich-Einrichten der Nutzer*innen im Bestehenden immer wieder im Namen von Innovation und Disruption unterminiert werden. Charakteristisch für die Zeitlichkeit der Neuen Medien sei daher das Modell einer Dauerkrise, die ihr politisches Pendant in der Krisenlogik des Neoliberalismus hat. Diesem temporalen Regime entspricht die Formel «Habit + Crisis = Update» und die existenzielle Grundbedingung «to be is to be updated».⁸⁸

Eine entscheidende Wirkung dieser Krisenlogik ist für Chun eine Transformation von Gewohnheiten: «Crisis undo habituation and undermine autonomy: they turn habits into addictions».⁸⁹ Diese Transformation von Gewohnheit in Abhängigkeit lässt sich ihr zufolge zum einen auf einer diskursgeschichtlichen Ebene nachvollziehen: Die philosophische Auseinandersetzung mit Gewohnheiten werde in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts zunächst durch einen körpervergessenen Kognitivismus und Rationalismus unterbrochen. Hierauf folge eine neuere Konjunktur des Gewohnheitsbegriffs, die mit der Entstehung des Neoliberalismus zusammenfalle und nicht mehr von der Philosophie, sondern von der Verhaltensforschung dominiert sei.⁹⁰ Exemplarisch für den älteren Gewohnheitsbegriff begreift Chun die Auffassung des französischen Philosophen Félix Ravaisson aus dem 19. Jahrhundert:

Through habit, we transform a change provoked by the outside into a change generated from the inside, so that receptivity is transformed into an unreflective spontaneity, beneath personality and consciousness. Habit therefore makes act and goal coincide, for habit occurs when an action is so free that it anticipates and escapes the will or consciousness (repetition breeds skill).⁹¹

⁸⁶ Ebd., 57 f.

⁸⁷ Vgl. «information is habit», ebd., 53.

⁸⁸ Ebd., 69 und 73.

⁸⁹ Ebd., 69.

⁹⁰ Ebd., 8.

⁹¹ Ebd., 9. Dass Gewohnheiten Rezeptivität in Spontanität verwandeln, ist auch zentral für Hegels Konzeption der Gewohnheit in der Enzyklopädie.

Gewohnheiten werden hier also als ein Mechanismus verstanden, der es erlaubt, eine Rezeptivität in eine nichtbewusste Spontaneität zu transformieren. Beispielhaft hierfür ist die Fähigkeit, moralische Handlungen nicht mehr durch Überlegung, sondern habituell, und damit zugleich um ihrer selbst willen, auszuführen. Den Gewohnheitsbegriff der Verhaltenswissenschaft erläutert Chun dagegen am Beispiel des Journalisten und Ratgeberautors Charles Duhigg:

Charles Duhigg has most famously argued that habit is a loop, initially provoked by a cue and a reward. However, once a body is habituated, the person anticipates the reward, so that craving drives the loop. This explanation of habit reveals that something very strange is happening cloaked within this apparent renewal of habit. Habit is becoming addiction: to have is to lose.⁹²

Duhiggs Illustration (vgl. Abb. 8) visualisiert dies als einen von Reizen, Erwartungen und Belohnungen angetriebenen Zyklus, der strukturanalog zu Eyals *hooked model* funktioniert.

Beruhe der ältere Gewohnheitsbegriff, so Chun, also auf der Transformation von Rezeptivität in eine nichtbewusste Spontaneität, in eine Fähigkeit oder ein Können, folge der neue Gewohnheitsbegriff einer Logik von Verlust und Verlieren. Etymologisch verdeutlicht sie dies, indem sie das Verständnis von *habit* als *skill* der etymologischen Wurzel des lateinischen *habere* (haben) zuordnet. Die Logik des Verlusts, die in ihren Augen den verhaltenstheoretischen Gewohnheitsbegriff prägt, fasst sie dagegen mit der etymologischen Beziehung von *addiction* zum römischen Rechtsbegriff der *addictio*. Dieser bezeichnet die Überschreibung eines Schuldners in die Knechtschaft eines Gläubigers und verbindet so den Gedanken des ökonomischen Defizits mit dem des Freiheitsverlusts.⁹³

Wie eine solche Logik des Verlusts genauer zu denken wäre, können Chuns Beschreibungen der performativen Dimensionen dieser Transformation zeigen. Zum einen spricht sie in einer Weise, die an Eyals Konzept der *habit-forming products* erinnert, von «designs that undermine habituation by turning habits into forms of addiction» und von «undead information that renders us into zombies».⁹⁴ Dem Motiv der Verschuldung folgend, lassen sich dabei beide Modi der Kundenbindung in Eyals Modell als eine Art selbstverstärkende Schuldenfalle begreifen: Die belohnungsbasierte Konditionierung führt in die Schuldenfalle eines *cravings*, das mit jedem Versuch, es zu stillen, stärker werden soll. Durch die emotionale Bindung nach dem Modell des Ikea-Effekts gerät der*die Nutzer*in dann in die Schuldenfalle eines Gebens, das immer wieder weiteres Geben nach sich ziehen soll. Als eine zweite performative Wirkung dieses Gewohnheitskonzepts nennt Chun die «pathologization of habituation».⁹⁵ Im Rahmen des Neoliberalismus sei Transformation nicht als Änderung von Institutionen oder Systemen denkbar, sondern nur als individuelle Verhaltensoptimierung. Daher stünden Gewohnheiten stets verdächtig nah an Pathologien, seien das, was Gewinner*innen von Verlierer*innen unterscheidet und was im Sinne einer Logik des Updates geändert werden müsse.⁹⁶ Der Imperativ der

⁹² Ebd., 8. Vgl. Charles Duhigg: *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*, New York 2012.

⁹³ Vgl. ebd., 4.

⁹⁴ Ebd., 172.

⁹⁵ Ebd., 9.

⁹⁶ Ebd., 10f.

Selbsttransformation, wie er etwa in der Ratgeberliteratur vertreten wird, lässt sich mit Chun daher nicht als probates Gegenmittel zu den im Plattformkapitalismus geschaffenen Abhängigkeitsverhältnissen verstehen. Er ist stattdessen selbst Teil einer andauernden Disruption des habituellen Nichtbewussten, die ihr zufolge in einer tiefgreifenden Erschöpfung resultiert.

Chuns Suche nach einer Haltung, die es erlaubt, in der Dauerkrise des konstanten Updatens Handlungsfähigkeit zu bewahren, führt sie zur Konzeption einer ständigen Sorge («constant care»), die es erlauben soll, diese Erschöpfung auszureizen («[t]o exhaust exhaustion»)⁹⁷ Verbunden ist dies mit einer Kritik an Phantasmen der Souveränität, die gleichsam in kompensatorischer Weise parallel zu der durch Codes und Programme vorangetriebenen Automatisierung gesellschaftlicher und politischer Macht entständen. Ein derartiges Souveränitätsphantasma identifiziert sie in der Figur des «YOU» als «all-powerful user/agent» («YOU as the sovereign subject, YOU as decider»), das die technischen Vorgänge durch seine Befehle und Klicks autorisiere.⁹⁸ Phantasmatisch ist dies für Chun, weil die Macht in Netzwerken wohl eher auf Seiten der Technik zu lokalisieren sei.⁹⁹ Das eigentliche Potenzial menschlicher Freiheit verwirkliche sich daher nicht im souveränen Entscheiden, sondern in einem Bereich des Unentscheidbaren, der eine Freiheit begründe, die nicht in Sicherheit, sondern im Risiko liege.¹⁰⁰ Chun wirbt daher auch für «a wary embrace of the vulnerability that is networking» – für eine wachsame Umarmung der Verletzlichkeit, die essenziell zu netzwerkartigen Beziehungsmodellen gehöre.¹⁰¹ Wie bereits oben gesehen, sind für sie auch Gewohnheiten ein essenzieller Teil von Netzwerken, weil sie über somatische Anpassung und Internalisierung Beziehungen von Menschen zu anderen Menschen, Nicht-Menschen und Umwelten herstellen können.¹⁰² Diese Kritik an Konzepten menschlicher Souveränität, Selbstkontrolle und Unabhängigkeit kann auch auf die oben rekonstruierte Vorstellung eines Kampfes bezogen werden, in dem Individuen sich gegen Invasor*innen verteidigen, mit *headspace* haushalten und die Kontrolle über ihr neuroplastisches Potenzial sicherstellen sollen. Hiervon ausgehend werden nun abschließend zwei alternative Perspektiven auf die Idee des *living rent-free in your head* vorgeschlagen.

Eine erste Perspektive besteht in einer anderen Haltung zu *headmates* bzw. *bodymates*, wie sie Chun am Phänomen des sogenannten Phantomvibriens skizziert:

Rather than rely on actual outside sensations, we spontaneously produce reactions, and thus we satisfy ourselves – we no longer need cell phones to provide <good vibrations.> So why are these phantom vibrations pathologized? Indeed, more positively, some of the medical literature frames phantom vibrations as demonstrating the plasticity of the human brain. According to this interpretation, phantom vibrations are new perceptions rather than hallucinations. So: rather than trying to <fix> them, how can we use these phantom vibrations – in which we touch, or feel touched – as grounds for, or revelations of, a more creative and habitable future?¹⁰³

⁹⁷ Ebd., 70.

⁹⁸ Ebd., 84.

⁹⁹ Ebd.

¹⁰⁰ Ebd., 90.

¹⁰¹ Ebd., 19.

¹⁰² Ebd., 7. Vgl. ebenfalls weiter oben.

¹⁰³ Ebd., 169.

Das Phantomvibrieren wird im Allgemeinen als Fehlinterpretation von sensorischen Reizen durch das Gehirn verstanden, die durch die ständige Nutzung mobiler Endgeräte und die Erwartung von Benachrichtigungen hervorgebracht wird. Es stellt demnach einen Effekt der Anpassung an nicht-menschliche *companions* dar, die über den Mechanismus der Gewöhnung zu einer somatischen Internalisierung geführt hat. In einer pathologisierenden Lesweise kann dies als Ausdruck eines übermäßigen Technologiegebrauchs, von Sucht und Abhängigkeit verstanden werden. Analog zum Konzept des internen Triggers lässt sich dies dann als Ausdruck eines Mangels und als Verlangen nach dem Smartphone deuten. In ihrem spekulativen Gedankengang schlägt Chun dagegen vor, die wahrgenommenen Vibrationen im Sinne einer Transformation von Rezeptivität in Spontaneität zu deuten, also im Sinne des Erwerbs eines Könnens und einer durch die Begegnung mit der Technologie vermittelten Fähigkeit der Selbstaffektion. Affizierbarkeit, Erregbarkeit und Stimulierbarkeit werden dabei nicht als *craving* gedacht, sondern im Sinne einer Berührung, die *good vibrations* auslöst und zugleich das Versprechen einer anderen Zukunft beinhalten könnte. Im Kosmos möglicher Bedeutungen der Rede vom mietfreien Wohnen im Kopf könnte dem die Erfahrung entsprechen, einen heimlichen *crush* zu haben, der, etwa in Form von Schmetterlingen im Bauch, ebenso *good vibrations* und Vorstellungen einer besseren Zukunft mit sich bringen kann. Mit Blick auf die Aufforderung, in wachsender Weise die eigene Vulnerabilität zu akzeptieren, könnte so an die Stelle eines Phantasmas von Kontrolle über *headspace* bzw. *bodyspace* auch eine Haltung der Durchlässigkeit, des Wohnlassens und der Gastfreundlichkeit treten – ohne allerdings die wachsame Sorge für sich selbst aufzugeben.

In einer zweiten Perspektive kann der rhetorische Gestus von Souveränität und Überlegenheit, der in der Aussage «I don't think about you at all» hervortritt, kritisch hinterfragt werden. Giri Nathan paraphrasiert die Feststellung, man selbst wohne mietfrei in den Köpfen der anderen, wie folgt: «You have been opposed to my shit for a while, and have cared a lot, and that's embarrassing for you, because it is lame to care that deeply».¹⁰⁴ Die Selbstzuschreibung von Kontrolle, Unabhängigkeit und *disaffectedness* ist dabei häufig nicht nur empirisch fragwürdig. Ausgehend von der Aussage «it is lame to care» lässt sie sich auch als ein Gestus der Verpanzerung gegen Beziehungen und wechselseitige Abhängigkeiten deuten, der das mit Vulnerabilität und Affizierbarkeit verbundene Risiko nicht eingehen will. Die im Gestus der Überlegenheit vorgetragene Feststellung, man selbst wohne mietfrei in den Köpfen der anderen, kann so auch als eine Denunziation des Sich-Sorgens um die Welt und um andere verstanden werden. Eine derartige hierarchische Abwertung bringt in exemplarischer Weise auch das «Crying Wojak vs. Chad-Meme» zum Ausdruck (vgl. Abb. 9). In dieser Gegenüberstellung wird die Figur des Crying Wojak zur Personifikation von Kontrollverlust, Affiziert- und Getriggertsein,¹⁰⁵ während Chad eine überlegene Selbstkontrolle personifiziert.

¹⁰⁴ Nathan: On Subletting Headspace At No Cost.

¹⁰⁵ Vgl. Lindsey Weedston: The Crying Wojak Meme.



Abb. 9 «Crying Wojak vs. Chad»-Meme-Vorlage, Orig. in Farbe

Eine positive Lesart deutet Chad als eine Figur «that transcends the chaos of the digital age through unwavering self-assurance and simplicity». In seinem Ursprungskontext auf der Plattform 4chan ist Chad allerdings klar sexistisch und rassistisch konnotiert und kann so auch zur Identifikationsfigur derer werden, die sich innerhalb gesellschaftlicher Machtbeziehungen auf der überlegenen Seite wähnen.¹⁰⁶

Die Abwertung des Affiziertseins nutzt dabei einerseits aus, dass Vulnerabilität und Affizierbarkeit aufgrund solcher Machtbeziehungen unterschiedlich verteilt sind, sodass *disaffectedness* zum Privileg wird. Sie ist ebenfalls Ausdruck einer Haltung der Selbstverpanzerung, die das sorgende Sich-vulnerabel-Machen jener, denen die Welt und die anderen nicht egal sind.

Die affektiven Kopplungen, die hier als *living rent-free in your head* beschrieben wurden, sind also ambivalent zu bewerten. Die Fähigkeit, andere zu erregen und affektgesteuerte Verhaltensroutinen hervorzurufen, ist im Kontext digitaler Plattformen zu einer neuen Spielart von Mind Control und zur Grundlage ökonomischer und politischer Macht geworden. Ähnlich wie beim Ressentiment scheint es hier geboten, zugunsten der eigenen Freiheit mit der Ressource *headspace* zu haushalten und sich nicht von allem und jedem affizieren zu lassen. Die aufmerksamkeitsökonomische und behavioristische Interpretation solcher Dynamiken birgt allerdings die Gefahren der Durchökonomisierung von *headspace*, der Flucht in Phantasmen von Souveränität und Überlegenheit und der pathologisierenden Abwertung affektiver Beziehungen. Dem kann eine Haltung der Offenheit für die Berührung durch menschliche und nichtmenschliche Andere entgegengestellt werden.

¹⁰⁶ Kahron Spearman: What is the «Yes Chad» Meme?, *daily dot*, erstmals veröffentlicht 13.11.2023, letztes Update 08.11.2024, [dailydot.com/memes/yes-meme/](https://www.dailydot.com/memes/yes-meme/) (20.01.25).