

Digitale Dispositive psychischer Gesundheit: Eine Analyse der Resilienz-App 'SuperBetter'

Meister, Moritz; Slunecko, Thomas

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Meister, M., & Slunecko, T. (2021). Digitale Dispositive psychischer Gesundheit: Eine Analyse der Resilienz-App 'SuperBetter'. *Zeitschrift für Qualitative Forschung*, 22(2), 242-265. <https://doi.org/10.3224/zqf.v22i2.05>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Moritz Meister und Thomas Slunecko

Digitale Dispositive psychischer Gesundheit.

Eine Analyse der Resilienz-App ‚SuperBetter‘

Digital dispositifs of mental health. An analysis of the resilience app ‘SuperBetter’

Zusammenfassung

Der Artikel fragt nach einer gegenstandsadäquaten Methode der qualitativen Untersuchung von Apps und stellt dazu eine für die Analyse von Subjektivierung sensibilisierte Variante der Walkthrough-Methode vor. Apps werden dabei als multimediale Mikrodispositive verstanden, die eine Antwort auf einen gesellschaftlichen Notstand (eine urgence im Sinne Foucaults) darstellen und sich innerhalb eines Makrodispositivs historisch gewachsener Machtverhältnisse bewegen. Die Herausforderung der Methode besteht darin, eine Verbindung zwischen enaktiver Feinanalyse des Interfaces (Zooming In) und einer damit verbundenen gesellschaftlichen Makroperspektive (Zooming Out) greifbar zu machen. Am Beispiel der Resilienz-App ‚SuperBetter‘ wird diese Methode materialiter demonstriert.

Schlagwörter: Resilienz, Analyse von Mikrodispositiven, Walkthrough-Methode, Gamification, Employee-Tracking.

Abstract

In asking for a suitable method for the qualitative analysis of mobile apps, this paper presents a variation of the walkthrough method sensitized for the analysis of subjectivation. In doing so, apps are understood as multimodal micro-dispositifs that answer a societal urgency (in the sense of Foucault) and unfold within the macro-dispositif of power relations in a particular historical moment. The crucial challenge of the method is to link the detailed enactive analysis of an app’s interface (zooming in) with a related societal macro-perspective (zooming-out). The method is demonstrated materialiter using the example of the resilience-app ‘SuperBetter’.

Keywords: resilience, critical app analysis, walkthrough method, gamification, employee-tracking

1 Einleitung

In den Feldern Psychologie, Pädagogik und Psychotherapie ist ‚Resilienz‘ in den letzten Jahren zu einem absoluten Modebegriff geworden. Und spätestens mit der Corona-Krise wird der Begriff in Diskursen zum Umgang mit der Pandemie, sei es mit psychologischem (Veer et al. 2020) oder politischem Fokus (Reckwitz 2020), stark strapaziert. Der Begriff wird dabei durchgehend in einer affirmativen Art und Weise gebraucht. Das überrascht kaum, bedeutet Resilienz allgemein doch Belastbarkeit und Flexibilität unter widrigen Umständen. Die Positive Psychologie, welche den Begriff in den letzten 20 Jahren für sich entdeckt und den Resilienz-Dis-

kurs weitgehend vereinnahmt hat, versteht psychische Resilienz als „ability to bounce back from negative emotional experiences and [...] flexible adaptation to the changing demands of stressful experiences“ (Tugade/Fredrickson 2004, S. 320). Dieses flexible back-bouncing passt zur etymologischen Herkunft des Begriffs in der Materialkunde, wo er Stoffe bezeichnet, die auch unter extremer Spannung nicht brechen oder zerreißen, sondern wieder in ihren Ursprungszustand zurückkehren. In welcher Lebens- oder Arbeitssituation wäre eine solche Anpassungsfähigkeit nicht praktisch? Wer möchte nicht derart ‚unkaputtbar‘ sein, die ‚Gabe der Stehaufmännchen‘ besitzen? Den Verheißungen der Resilienz lässt es sich nur schwer entziehen. Doch sie erfordern harte Arbeit. Als „Qualität, die gepflegt und gesteigert, aber auch vernachlässigt werden kann“, ist Resilienz „Anlage und Aufgabe zugleich“ (Bröckling 2017, S. 115). Bei der psychischen Resilienz geht es folglich primär nicht um ein Sein, sondern ein *Werden*.

Bei der Aufgabe, resilient(er) zu werden, sind Individuen freilich nicht auf sich allein gestellt. Ein boomender Markt an Ratgeber- und Selbsthilfeleratur bzw. Coaching-Workshops hat sich Resilienz auf die Fahnen geschrieben; es gibt Trainingsprogramme für jede erdenkliche Institution oder Personengruppe. Ein Alltagsbereich, in dem sich Resilienz-Programme einfach und direkt an den Mann* bzw. die Frau* bringen lassen, sind Apps. Apps sind wesentlicher Schauplatz der mediatisierten Lebenswelt unserer Gegenwart und den meisten Menschen durch omnipräsente digitale Wegbegleiter (Smartphones, Smartwatches) räumlich wie emotional extrem nah. Mit ca. einer Millionen User*innen weltweit ist die amerikanische App SuperBetter selbsternannter Marktführer unter den Resilienz-Apps. SuperBetter bietet eine konkrete Antwort auf die Frage ‚Was ist Resilienz und wie wird sie gemacht?‘, die hier mit dem breiteren Resilienz-Diskurs in Bezug gesetzt werden soll. Dabei verstehen wir SuperBetter als multimediales Mikrodispositiv, das auf einen spezifischen gesellschaftlichen Notstand (einer urgence im Sinne Foucaults) antwortet und sich innerhalb eines Makrodispositivs historisch gewachsener Machtverhältnisse bewegt. Inhaltlich zielt die vorliegende Untersuchung auf eine Kritik der Resilienz. Parallel dazu ist das Anliegen dieses Beitrags ein methodologisches: Denn einer qualitativ-sozialwissenschaftlichen Methodologie eröffnen Apps ein noch recht wenig kartiertes Forschungsfeld, das unterschiedliche Herausforderungen mit sich bringt. Diese gilt es zu diskutieren und eine Analysemethode zu finden, welche dem Forschungsgegenstand und seinen spezifischen Charakteristika gerecht wird.

2 Methodologische Überlegungen

2.1 Interface und Affordances

Ohne Apps wäre die Digitalisierung in ihrer gegenwärtigen Formation und die damit verbundenen kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Transformationsprozesse nicht denkbar (vgl. Light et al. 2018). Doch was sind Apps eigentlich? Im alltäglichen Sprachgebrauch steht App für ‚mobile application‘, d.h. eine spezifische Anwendungssoftware für mobile digitale Endgeräte (primär Smartphones, aber auch Tablets, Smartwatches, etc.). Der *Anwendungsaspekt* verweist darauf, dass

Apps dafür konzipiert sind, von Nutzer*innen bzw. User*innen praktisch verwendet zu werden. Hier geht die technische Definition bereits in eine lebensweltliche über, nämlich die erfahrbare Interaktion zwischen User*in und App. Solche Interaktionen stehen heutzutage zu unterschiedlichsten Lebensbereichen in Bezug, von intimer Kommunikation bis zur Antizipation des Wetters, von der Finanzplanung bis zur Regulation des Schlafrhythmus. Doch was haben Chat-App, Wetter-App, Banking-App und Bedtime-App gemein? Sie alle besitzen ein Interface, eine Benutzer*innenoberfläche, eine virtuelle Struktur, über welche Interaktion stattfindet. In der Regel umfasst das Interface den Screen des Smartphones, es kann diesen aber auch überschreiten und z.B. durch ein Smartwatch-Display erweitert werden. Wesentlich ist, dass Interfaces auf *Interaktion* ausgelegt sind. Auch ein gebundenes Buch stellt eine Form des Interfaces dar, insofern ich vor- und zurückblättern, Seiten markieren, es zuschlagen kann etc. An diesem Beispiel wird deutlich, wie eng spezifische Kulturtechniken, z.B. das Lesen, mit technisch-materiellen Artefakten verbunden sind.

Diese weit ausholenden Überlegungen sollen für die Spezifität der gar nicht so alten, aber doch schon selbstverständlich erscheinenden *virtuellen* Interfaces sensibilisieren. Gegenwärtige virtuelle Interfaces, die i.d.R. nicht nur aus Text, sondern auch aus Bildern, Animationen, Ton oder auch haptischem Feedback (Vibration) bestehen, bespielen so viele sensorische Kanäle, dass nicht ohne Grund von ‚virtuellen Welten‘ die Rede ist. User*innen befinden sich jedoch nicht bloß passiv-rezipierend innerhalb solcher virtueller Welten, sondern sie bewegen sich in ihnen und interagieren aktiv mit ihnen und über sie mit der ‚realen Welt‘. Der hier eingeschlagene methodische Zugang zu Apps zielt insbesondere auf die Subjektivierungstechniken¹, welche die jeweiligen Interfaces nahe legen. Das Interface wird dabei nicht als Ding, sondern als „dynamic space of relations“ (Drucker 2011, S. 3) verstanden, worin bereits die relationale Ontologie der Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) anklingt (Latour 2005). Um diesen dynamischen Raum präziser zu fassen, ist ein Einbezug des Affordance-Begriffs² notwendig. Denn ein Interface ist nichts anderes als „a zone of affordances organized to support and provoke activities and behaviors“ (Drucker 2011, S. 7). Seit seiner Einführung durch James Gibson (1966) hat dieser Terminus eine beachtliche Karriere hingelegt. Gibson verstand unter Affordances „all kinds of action possibilities latent in the physical environment“ (Bucher/Helmond 2018, S. 235). In den folgenden Jahrzehnten waren es Disziplinen wie die Design Studies, welche diesen Begriff am wirkmächtigsten aufgriffen (vgl. Norman 1999) und auf materielle Artefakte übertrugen. Im Designkontext bezeichnet Affordance „a situation where an object’s sensory characteristics intuitively imply its functionality and use“³. Jüngere Studien haben auf die Rolle der sozialen Vermittlung unterschiedlicher Affordance-Vorstellungen hingewiesen (vgl. Nagy/Neff 2015). Ohne an dieser Stelle tiefer auf die Begriffsrezeption eingehen zu können, bleibt als Grundgedanke festzuhalten: „material qualities of technologies constrain or invite practices while also accommodating emergent meanings“ (McVeigh-Schultz/Baym 2015, S. 1). Technologien laden also zu bestimmten Praktiken ein und sind zugleich in der Lage, sich entstehende Bedeutungen zu eigen zu machen.

In nahezu allen Apps wird Bedeutung auch über Sprache vermittelt.⁴ Apps jedoch lediglich als Textkorpora aufzufassen und z.B. diskursanalytisch zu untersuchen, würde zu kurz greifen und wesentliche Charakteristika des Forschungsgegenstandes unterschlagen. Denn „Medienangebote“, zu denen sich Apps zählen lassen, weisen jedenfalls drei Sinnebenen auf: Ihre „Medialität“, damit sind insbeson-

dere die Dimensionen „Ikonizität, Sprachlichkeit und Musizität“ gemeint, den „soziale[n] Zusammenhang“ ihrer „Entstehung“ mit allen seinen impliziten und expliziten Wissensbeständen sowie ihre Eigenschaft als „medientechnisches Dispositiv“ (Przyborski 2018, S. 136; Przyborski/Slunecko 2020). Alle Ebenen bzw. Dimensionen tragen in ihrer je eigenen Selbstreferenzialität zur Sinnkonstitution bei. Als User*innen integrieren wir automatisch bzw. habituell die performative Ebene der Darstellung in die interaktive Sinnkonstitution oder, wie es Drucker (2011, S. 5) ausdrückt, „the format features of presentation into the production of meaning“.⁵

Zwei Dichotomien, die für die abendländische Geistesgeschichte typisch sind, werden damit unterlaufen: jene von Medium (Form) vs. Message (Inhalt) sowie jene von Subjekt (Mensch) vs. Objekt (Technik). Kurzum: Menschliche Subjekte bedienen sich nicht einfach nur technischer/medialer Objekte, um Inhalte zu senden oder zu empfangen. Das Medium ist nicht reiner Kanal, sondern interferiert mit dem, was es transportiert; Bedeutung verändert sich durch die Art und Weise ihrer technischen Vermittlung. Und ebenso sind Subjekte in ihrem Denken, Fühlen und Handeln untrennbar mit ihrer technischen, sozialen und diskursiven Umwelt verbunden (Slunecko 2008). Das Affordance-Konzept positioniert sich so in einem „middle ground between social constructivism and technological determinism“ (McVeigh-Schultz/Baym 2015, S. 1).⁶

Was bedeuten diese Überlegungen für eine Methode, die primär die Art und Weise analysieren möchte, an welchen Subjektivierungstechniken Apps anknüpfen bzw. auf welche sie aufsetzen und welche sie nahelegen? Ebenso wenig, wie ein Interface rein instrumenteller Gebrauchsgegenstand ist, ist ein(e) User*in nicht nur Nutzer*in, sondern ein „subject of interface“, das immer „in a codependent relation“ mit den Affordances eines Interfaces (ent)steht (Drucker 2011, S. 3). Damit verlieren User*innen ihr Monopol auf agency, welches sie gemäß der klassisch-dualistischen Nutzer*in-Technik-Auffassung besitzen würden. Vielmehr ist ihr Handeln um mediale Produkte bzw. Techniken erweitert, d.h. von nicht-menschlichen Akteuren (Mediatoren) mitgeprägt (vgl. Latour 2005). Zwischen User*in und Interface besteht ein Interaktionsverhältnis, was auch heißt: das Interface interagiert mit User*innen. Es handelt sich um eine wechselseitige Konstitution, indem Handlungsoptionen erlaubt, angeboten, nahegelegt und andere blockiert, verschlossen, verunmöglicht oder gar sanktioniert werden (vgl. ebd.). „Features are not passive objects through which human activities flow“ (Burgess/Baym 2020, S. 35), sondern sie besitzen durchaus „enactive power“ (Bucher 2013). Konkrete technische Funktionen wie z.B. die Häkchen-Funktion, die anzeigt, dass ein Chatpartner eine Nachricht gelesen hat (vgl. Schulz 2019), wirken als Mediatoren – in diesem Fall beeinflussen sie die soziale Interaktion. Aus User*innen-Sicht erscheinen solche Funktionen häufig als unveränderliche technische *Gegebenheiten*.

2.2 Walkthrough-Methode

Die bisherigen Überlegungen zur Natur eines App-Interfaces haben konkrete Implikationen für deren qualitative Untersuchung. Würden wir als Forscher*innen ein Interface als Ding betrachten und die App als Summe von Standbildern aus sicherer Distanz vor uns legen, dann könnte die User*innen-Interaktion mit ihrem spezifischen Rhythmus nicht in den Blick geraten. Demgegenüber möchten wir mit der von Light, Burgess und Duguay (2018) entwickelten ‚Walkthrough‘-Methode

das enaktive Momentum stark machen: „The walkthrough method is a way of engaging directly with an app’s interface to examine its technological mechanisms and embedded cultural references to understand how it guides users and shapes their experiences“ (Light et al. 2018, S. 882). Die Forschungshaltung pendelt dabei zwischen zwei Polen bzw. Zeitlichkeiten: Zum einen setzt man sich, wie in einer immersiven Feldstudie – durchaus im Sinne der Idee, dass „qualitative Forschung [...] Feldforschung“ ist (Przyborski/Wohlrab-Sahar 2014, S. 39) – selbst dem Untersuchungsgegenstand aus, lässt sich von ihm unmittelbar affizieren, erfährt bzw. erleidet ihn und dokumentiert diese Beobachtungen zeitnah in ‚Feldnotizen‘. Bei den Durchgängen durch die App wird aber auch Schritt für Schritt das jeweilige Interface mittels Screenshots festgehalten. Beides sind klassische Techniken der teilnehmenden Beobachtung (u.a. Spradley 2016). So ergibt sich ein Datenkorpus, der dann in einem davon abgesetzten Schritt, d.h. ohne unmittelbar in die App involviert zu sein, in jenem viel langsameren Tempo feinanalysiert werden kann, das etwa für die Diskurs- oder Bildanalyse (u.a. Keller 2001; Przyborski 2018) typisch ist: Light et al. (2018, S. 882) sprechen hier von einem „slowing down [of] the mundane actions and interactions that form part of normal app use in order to make them salient and therefore available for critical analysis“. Typischerweise ist das Vorgehen zirkulär, d.h. immersive und non-immersive Phasen wechseln einander ab bzw. stimulieren einander. Auf diese Weise zu forschen bedeutet immer auch einen Übersetzungsprozess des multimodalen Erlebens einer App in die lineare Text-(Bild)-Formation wissenschaftlicher Texte.

An das oben erörterte Mediator-Konzept anschließend lassen sich im Material häufig vier Arten von Mediatoren spezifizieren. Diese Typologie soll rein forschungspraktische Zwecke erfüllen, indem sie für Facetten sensibilisiert, die im trivialen Umgang mit einer App leicht in den Hintergrund geraten (vgl. Light et al. 2018, S. 892f.). Mit der *Interface*-Struktur sind Komposition und Platzierung von Buttons, Reglern, Menüleisten etc. gemeint. *Funktionen* bzw. *Features* sind Interaktionsmöglichkeiten im engeren Sinn, z.B. Auswahl- und Pflichtfelder oder Verbindungsmöglichkeiten zu anderen User*innen (Chat-Fenster, Like-Funktion, etc.). Die Ebene des *Viskurses* beinhaltet graphische Elemente von Icons über Symbole bis zu Animationen und Photographien. *Diskurs* schließlich bezieht sich hier auf jeglichen Text im Interface. Alle vier Mediatoren können explizite oder implizite Anrufungen an das Subjekt transportieren und „Selbstwahrnehmung und -deutung beförder[n]“ (Caborn Wengler et al. 2013, S. 12). Eine scharfe Abgrenzung der Mediatoren voneinander ist nicht immer möglich (z.B. überschneiden sich Diskurs und Viskurs in Text-Symbol-Einheiten, oder Diskurs und Interface-Struktur in der Formatierung von Textfeldern).

Die Schritte des Walkthrough folgen der Chronologie einer typischen App-Rezeption mit Einstieg, alltäglichem Gebrauch und Ausstieg. Die Art und Weise, wie neue User*innen in eine App eingeführt werden und welchen Anforderungen sie dabei ausgesetzt sind (Erstellung eines Accounts, Preisgabe persönlicher Daten, Vernetzung mit Social Media-Profil etc.), macht diese erste Phase, d.h. das Andocken an die App, besonders relevant (Light et al. 2018, S. 892). Häufig kommunizieren „Visions“ oder „Welcome Screens“ bereits (normative) Erwartungen zur Nutzungspraxis. Der darauffolgende alltägliche Gebrauch der App bedeutet einen teilnehmenden Prozess über mehrere Tage oder Wochen, in dessen Verlauf Feldnotizen in einem Forschungstagebuch organisiert werden können. Um auf Möglichkeiten der sozialen Interaktion, die eine App User*innen bietet, zugreifen zu können, ist es ggf. notwendig, weitere Profile zu erstellen⁷. Falls im Interface ein Menü vor-

handen ist, können die Schritte des Walkthrough daran strukturiert werden, um die Nachvollziehbarkeit der Analyse zu erleichtern (Light et al. 2018, S. 893). Die Beendigung der App-Nutzung ist wiederum eine ‚heiße‘ Phase, da hier oft die Interessen von Urheber*innen und User*innen am offenkundigsten auseinandergehen. Entsprechend ‚sträuben‘ sich die meisten Apps dagegen und versuchen auf verschiedensten Wegen, das Engagement der User*innen aufrechtzuerhalten (Light et al. 2018, S. 894; vgl. Schulz 2019).

Die enaktiv-ethnographische Grundgeste der Walkthrough-Methode besteht darin, „den sachkundigen und empfindsamen Organismus der Beobachter_in als zentrales Untersuchungswerkzeug einzusetzen“ (Wacquant 2014, S. 97). Die direkte Beteiligung als App-User*in bedeutet, „möglichst tief in den Fluss des Geschehens einzutauchen, anstatt ihn nur vom Ufer aus zu beobachten“ (ebd., S. 98) und dabei eigene Affizierungen und Irritationen als unhintergehbaren Teil des Erkenntnisprozesses zu verstehen – eine epistemologische Haltung, die wir für kulturpsychologische Forschung grundsätzlich proklamieren und aus der sich eine besondere Notwendigkeit der Reflexion des eigenen Beobachter*innenstandpunkts ergibt (Slunecko 2020).

2.3 Kontext einer App



Abb. 1: Kontext-Material der vorliegenden Untersuchung

Eine App besteht aus mehr als nur dem Interface, auf das sich die bisher diskutierten Schritte des Walkthrough beziehen. Die Kapazität einer gegenstandsangemessenen Methode darf sich entsprechend nicht darin erschöpfen, das sichtbare Interface auf einer detaillierten Ebene zu analysieren – mit Nicolini (2009): Zooming In –, sondern muss den jeweiligen Kontext einer App mit weiterer Skalierung erfassen können (Zooming Out). Bereiche, die im vorliegenden Projekt zur Resilienz-App SuperBetter untersucht wurden, sind in Abb. 1 dargestellt.

Was den relevanten Kontext einer App ausmacht, muss je nach Gegenstand und Forschungsfrage entschieden werden. Das Interface einer App schwebt nicht im

luftleeren Raum, sondern ist in ein komplexes technologisches und wirtschaftliches Ökosystem eingebettet, welches Entstehung, Nutzung und Weiterentwicklung beeinflusst, wie Burgess und Baym (2020) jüngst eindrucksvoll für Twitter demonstriert haben. Ob z.B. das Geschäftsmodell auf Spenden, einmaligen Käufen, einem zeitlich begrenzten Abonnement oder Werbung basiert, beeinflusst Entwicklung und User*innen-Verhältnis gravierend. Nicht alle diese Aspekte können allein durch die Auseinandersetzung mit dem Interface rekonstruiert werden. Stattdessen wird ein systematischer Blick ‚hinter die Kulissen‘ erforderlich, wie es z.B. durch Recherche auf Online-Datenbanken möglich ist⁸.

2.4 Limitationen des Zugangs

Die vorgestellte Forschungsperspektive fokussiert nicht auf die Praxis der Akteur*innen bzw. User*innen, sondern auf das digitale Gestell⁹ selbst, d.h. auf die impliziten wie expliziten Affordances und Anrufungen, welche die App ihren User*innen anbietet bzw. zumutet oder anders ausgedrückt: die Bedeutungsstruktur oder mit Mannheim (1980) die „Weltanschauung“, die in der „Kulturobjektivation“ App manifestiert ist. Inwiefern solche Affordances und Anrufungen durch die Subjekte affirmiert, modifiziert oder negiert werden, kann dieser Zugang nicht beantworten – subjektivierungstheoretisch gesprochen: „Die Vermessung gouvernementaler Kraftfelder erlaubt keine Aussagen darüber, wie die Menschen sich tatsächlich in ihnen bewegen“ (Bröckling/Krasmann 2010, S. 28). Das Erkenntnisinteresse zielt damit auf jene Sinngehalte, die durch die Produzent*innen resp. Entwickler*innen in Interaktion mit bestehenden, ebenfalls sinnstrukturierten Technologien, eingeschrieben sind (Przyborski 2018, S. 130; Bohnsack/Geimer 2015).

Diese Kraftfelder sind, wie wir in Anlehnung an den oben erörterten Interface-Begriff weiter argumentieren möchten, in Apps jedoch auf eine andere Weise wirkmächtig als z.B. in Textdokumenten – und zwar aufgrund deren interaktiver Natur. Denn Apps zeichnen sich dadurch aus, dass sie nicht passiv rezipiert werden können, da ohne Interaktion nichts passieren würde. Für uns Forschende bedeutet das: Wir wissen zwar nicht, was User*innen mit der App machen, doch wenn sie sich nicht an gewisse Affordances der Produzent*innen halten, können sie gar nichts damit tun. Weil eine App also nur im Gebrauch begreifbar ist, machen Produzent*innen User*innen damit gewissermaßen ein Angebot, das letztere nicht ablehnen können – oder nur um den Preis der Teilhabe¹⁰.

Die Relevanz der Erkenntnisse eines konkreten Walkthroughs steht und fällt damit, inwiefern aufgezeigt werden kann, dass die Subjektivierungsweisen einer App in wechselseitiger Verbindung zu übergreifenden gesellschaftlichen Dispositiven stehen (d.h. auf diese reagiert, sie umlenkt, verstärkt usw.) – mit anderen Worten: inwiefern beim Zooming In und -Out ein kohärentes Bild (in unterschiedlichen Auflösungsgraden) erkennbar bleibt.

2.5 Leitfragen

Für eine fokussierte Auseinandersetzung ist es sinnvoll, während des Walkthroughs Leitfragen zu formulieren und immer wieder zu spezifizieren, welche an

das empirische Material herangetragen werden. Im hier vorgestellten Projekt richtete sich das Forschungsinteresse auf folgende Fragen:

- Wie wird Resilienz innerhalb der App SuperBetter und in deren unmittelbarem Kontext diskursiv eingebettet, wie materiell – in diesem Fall digital – vermittelt?
- Wie werden User*innen adressiert? Was für ein Verhältnis wird zwischen ihnen und anderen User*innen evoziert?
- In welche Ziel- und Zweckordnungen werden User*innen bei der Nutzung der App eingespannt? Was bedeutet Erfolg in der App und wie wird er erfasst?

Da der Umfang dieses Artikels weder einen vollständigen Walkthrough durch das gesamte Interface wiedergeben kann, noch eine umfassende Kontextualisierung der App erlaubt, wird die Methode in der Folge anhand einiger markanter Stellen exemplifiziert.

3 Empirische Analyse der Resilienz-App SuperBetter

3.1 Einstieg

Sucht man im Apple-App-Store nach dem Begriff ‚resilience‘, erscheint SuperBetter an oberster Stelle¹¹. Die App kann kostenlos auf iPhones heruntergeladen werden¹². Im Beschreibungstext heißt es:

„Join nearly a million people who have played SuperBetter so far to build resilience, achieve goals, and tackle challenges including anxiety, depression, stress, chronic pain, concussion recovery and more. We make the Original SuperBetter available for free to anyone around the world.“¹³

Nach dem Download erscheint das Icon der App auf dem Home-Screen meines Geräts. Tippe ich¹⁴ es erstmalig an, öffnet sich folgendes Interface (Abb. 2): Augenfällig ist das zentrale Logo SuperBetter, die Buchstaben SB, welche aus der Mitte heraus in grellen Regenbogenfarben strahlen. Das obere Textfeld ‚begrüßt‘ mich als neuen User in der App. Unterhalb des Logos steht, fett hervorgehoben, eine Textzeile mit dem Mantra „SuperBetter is Strength“; darunter wird „personal resilience“ definiert. Ganz unten befindet sich ein violettes Feld, das durch seine farbliche Hervorhebung mit dezenter Schattierung und weißem Rand, v.a. aber die Inschrift „I WANT TO PLAY!“ als Button erkennbar ist. Der sprachliche Inhalt des Buttons rahmt die Nutzung der App als ein Spiel und gibt damit einen ersten Hinweis auf Mechanismen der Gamification, welche SuperBetter durchziehen und im Lauf der Analyse immer wieder aufscheinen werden.

Tippe ich nun also den violetten Button an, muss ich mich anmelden bzw. neu registrieren. Eine Möglichkeit, ohne Anmeldung auf Inhalte der App zuzugreifen, besteht nicht. Der dritte und letzte Einführungsschritt besteht in einem Interface, das mit „CHOOSE YOUR CHALLENGE“ betitelt ist (Abb. 3).

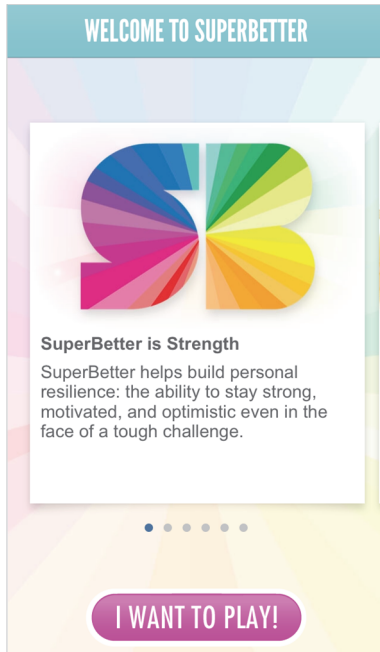


Abb. 2: Welcome-Screen

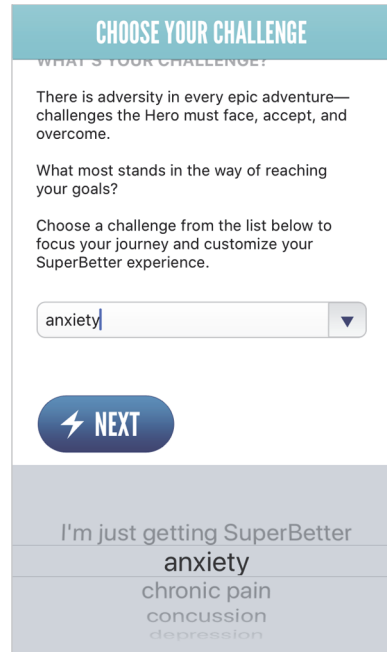


Abb. 3: Choose Your Challenge

Der Text darin spielt auf das Motiv eines epischen Abenteurers an, in welchem sich „the Hero“ verschiedene Herausforderungen stellen müsse. Damit wird eine prominente Anrede-Figur innerhalb SuperBettters vorweggenommen, nämlich die des *Hero You*¹⁵. Die vorgeschlagene Interaktionsmöglichkeit besteht in der Auswahl aus einer vorgegebenen Liste (die Optionen lauten: I'm just getting SuperBetter, anxiety, chronic pain, concussion, depression, eating healthier, losing weight, lowering stress, more energy, physical injury, sleeping better, transition, will power!, working out, other¹⁶).

Obgleich sich diese bemerkenswerte Auflistung noch weiter untersuchen ließe, ist für das Anliegen dieses Artikels die Tatsache entscheidend, dass ich als User*in eine Wahl treffen muss, um überhaupt weiter zu kommen und SuperBetter ‚spielen‘ zu können. Die Aussage, die der App durch einen solchen ‚gatekeeper‘ eingeschrieben ist, lässt sich folgend explizieren: Herein darf nur, wer bereit ist, eine Challenge auf sich zu nehmen. Worin diese im Konkreten besteht, wird offengelassen – was zählt, ist der Modus der Challenge.

3.2 Alltägliche Nutzung: Aufbau und Funktionen

Habe ich ein User*innen-Profil erstellt und alle einführenden Schritte durchlaufen, gelange ich zu dem Interface der App, wie es sich während der alltäglichen Nutzung präsentiert. Standardmäßig als erste erscheint die Ansicht „TO DO TODAY“ (Abb. 4). Diese ist gleichzeitig Mittelpunkt der Menü-Leiste am unteren Bildschirmrand, wo die einzelnen Menüpunkte jeweils durch Symbol und Text repräsentiert sind. „To-do“ sticht aus dieser Reihe durch das bunte SB-Logo, die überdurchschnittliche

Größe und die halbrunde Form hervor. Es wird deutlich, dass diesem eine zentrale Position innerhalb der App zufällt.

Der „To-do“-Bereich gliedert sich vertikal in drei Unterbereiche, die sich beim Scrollen nach unten automatisch ausklappen: „ACTIVATE 3 POWER-UPS“, „BATTLE 1 BAD GUY“ und „DO 3 QUESTS“. Hierbei handelt es sich um drei wesentliche Features von SuperBetter, welche den alltäglichen Gebrauch lenken. Zugleich spiegelt diese dreigliedrige Struktur die Analogie SuperBettlers zu Videospiele(n) wider (die ‚Erfinderin‘ Jane McGonigal ist ausgebildete Game-Designerin): Als Spieler*in bewege ich mich auf ein Ziel (Quest) zu, bekämpfe dabei Bösewichte (Bad Guys) und nutze diverse Energiequellen als Antrieb (Power Ups). In der Folge werden die einzelnen Features vorgestellt.

Power-Ups sind in SuperBetter definiert als „quick, easy, and positive actions that make you feel better“.¹⁷ Die bei der erstmaligen Benützung angezeigten Power-Ups fordern zu folgenden Aktionen auf: Ein Glas Wasser in einem Zug zu trinken, einmal um den Block zu gehen, mich selbst zu umarmen, etwas zu essen, auf das ich Hunger habe, und in meinem Alltag einen „positiven Kontakt mit einer anderen Person zu kreieren“.

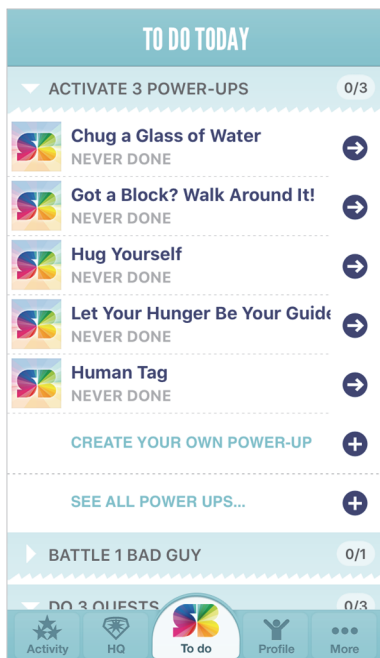


Abb. 4: To-do Today



Abb. 5: +2 Resilience

Wenn ich ein Power-Up als erledigt markiere, passiert Folgendes (Abb. 5, hier für das Power-Up „Hug Yourself“): Akustisch von einer kurzen Abfolge harmonisch steigender Töne begleitet, verwandelt sich der gesamte Bildschirm in ein Feld schimmernder Lichtstrahlen in den Farben des Regenbogens (bzw. des SuperBettler-Logos), welche von der weißlich-hellen Bildmitte ausgehend sternförmig strahlen und sich dabei leicht hin- und herbewegen. In der Bildmitte, wo sich die Quelle des blendenden Lichts befinden müsste, erscheint ein Text, laut dem ich gerade das

Level 2 verdient (‘earned’) hätte. Links daneben ist ein orangefenes Emblem zu sehen, das an ein militärisches Rangabzeichen mit einem Stern erinnert. Es handelt sich hierbei, wie ich im Menüpunkt HQ nachlesen kann, um eins von zahlreichen definierten „Achievements“, die mir SuperBetter als zu erringen vorgibt. Die vorgegebenen Ziele beziehen sich auf eine möglichst häufige, zeitnahe und vielseitige Nutzung der App (hier z.B.: „Use 6 different Power-Ups“). Symbolisiert werden „Achievements“ durch unterschiedlich gestaltete Abzeichen bzw. Badges (vgl. Reichert 2018).

Am unteren Bildrand sind die Logos zweier Social Media-Konzerne sichtbar. Nicht nur in deren visueller Präsenz, sondern auch durch den expliziten Text „Post this to Facebook“ bzw. „Tweet this“ wird die Aufforderung spürbar, den erzielten Erfolg auf den entsprechenden Plattformen zu teilen. Möchte ich das nicht tun, verrät ein unscheinbarer grauer Text am oberen Bildschirmrand, wie ich wieder in das „To-do“-Interface gelangen kann. Die subtile Anleitung meines Verhaltens, welche diesem Design eingeschrieben ist, weist klar in Richtung des Teilens, Vernetzens und Vergleichens dieses virtuellen Zeugnisses meines Erfolgs.

Oberhalb der Bildmitte befinden sich der Text „+2 Resilience“ sowie vier Kreise, von denen zwei jeweils mit einer Farbe und einem Symbol gefüllt, zwei jedoch grau geblieben sind. In diesem Fall habe ich das Power-Up ‚Human Tag‘ aktiviert und dafür je einen Punkt in meiner „Emotional-“ (Herz) und „Social Resilience“ (zwei einander umschlingende Hände) gewonnen.

Daneben gibt es in SuperBetter noch Scores in „Physical-“ und „Mental Resilience“. Nicht in der App selbst, aber in der zugehörigen Desktop-Version kann ich nach dem Log-in visuell aufbereitete Graphiken zu meinen jeweiligen Punkteständen einsehen und den Verlauf meiner Resilienz über die Zeit hinweg in einem Balkendiagramm verfolgen (Abb. 6). Auch wenn in diesem Beitrag eine ausführliche Untersuchung der Desktop-Version ausgespart werden muss, lohnt sich ein kurzer Blick auf diese Funktionen. Neben der Resilienz-Score-Visualisierung gibt es im gleichen Bereich der Desktop-Version noch zwei zusätzliche Features: den *SuperBetter-Tracker* und den *Wellbeing-Tracker*. Dabei handelt es sich um zwei täglich bzw. wöchentlich auszufüllende Fragebögen zum aktuellen Befinden¹⁸, deren Resultate ebenfalls in Form eines Diagramms dargestellt werden (Abb. 7).

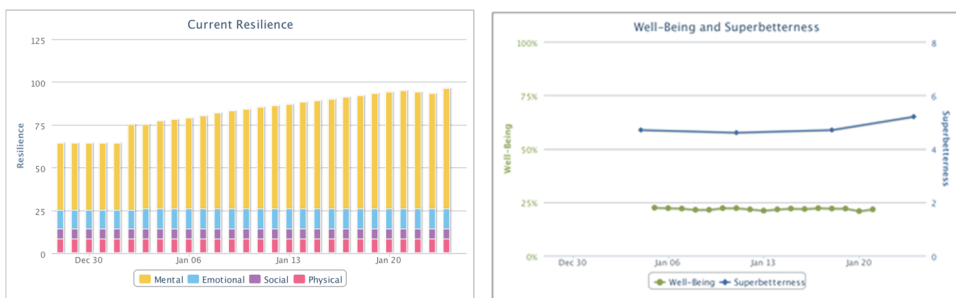


Abb. 6/7: Current Resilience, Well-Being and Superbetterness (Screenshots der Desktop-Version)

Einerseits wird schon der tägliche Log-in durch einen Punkt in mentaler Resilienz belohnt und die regelmäßige Nutzung der App damit zum Selbstzweck. Andererseits sind befriedigende Tätigkeiten meines Alltags, wenn ich sie als ‚Power Up‘ von der To-Do-Liste abhake, nicht mehr bloß Selbstzweck, sondern (auch) Punkteliefe-

ranten, die zur Steigung meines Graphen beitragen. Umgekehrt schlägt sich ein Tag ohne SuperBetter sofort in einem Knick der Kurve nieder.

Bad Guys sind quasi das Gegenteil der Power-Ups. Unter Titeln wie „The Sticky Chair“, „The Self-Critic“ oder „Liquid Calories“ werden „habits and mindsets“ beschrieben, die unproduktiv, unglücklich oder dick machen würden. Unter der Annahme, dass ich diese als User*in an den Tag legen würde, sieht SuperBetter vor, solche ‚inneren Schweinehunde‘ zu bekämpfen: „If you want to get SuperBetter, you can't hide from the bad guys. You have to identify and battle them instead!“. Neben den von Beginn an vorhandenen Inhalten habe ich auch an dieser Stelle wieder die Möglichkeit, meine ganz persönlichen Bad Guys qua Texteingabe zu erstellen.

Quests, dritter und letzter Bestandteil der To-do-Liste, sind kleine Aufgaben, die mich einem größeren Ziel – worin auch immer das bestehen mag – näher bringen: „activities that make you stronger and bring you closer to your Epic Win“, wie es in den ‚Science Cards‘, einem Bereich innerhalb der App, der ganz der wissenschaftlichen Legitimation der Features gewidmet ist, erklärt wird. Dort heißt es weiter: „Remember: For the process to work, you have to **want** to do everything on your list [fett i.O.]“. User*innen ‚müssen‘ wollen, sonst funktioniert die Bewältigung der individuellen Challenge und der Fortschritt zum resilienteren Selbst nicht. Sie sollen, so erläutert ein Post im SuperBetter-Blog (13.06.2012), *intrinsisch*, d.h. aus sich selbst heraus, motiviert sein.

Andererseits scheint SuperBetter der intrinsischen Motivation seiner User*innen nicht so recht zu trauen, etabliert es doch gerade diverse Belohnungssysteme (Punkte, Badges, visuelles und akustisches Feedback, s. Abb. 5) und bietet an, mich mit regelmäßigen ‚Remindern‘ an ausstehende To-do's zu erinnern. Bei dem Versuch, einen Quest auszusetzen, wird dieses zweite Gesicht der App als strenge „Gouvernante“ (Schulz 2019, S. 148) besonders salient. Die folgende Passage verdeutlicht darüber hinaus unsere in Abschnitt 2.1 ausgeführte Argumentation, die der Interface-Struktur eine wesentliche, ja sogar konstitutive Rolle bei der Erzeugung von Sinn und Bedeutung zwischen App und User*in zugesteht.

Im Gegensatz zu Power-Ups und Bad Guys werden Quests nicht gleichzeitig, sondern sequenziell in der To-do-Liste angezeigt. An dem als erstes erscheinenden Quest – „HERO, START HERE!“ – interessiert hier nun weniger der Inhalt (da es sich nur um eine nochmalige Einführung in die bereits bekannten Features handelt), sondern primär die Form. Scrolle ich den Text des Quests ganz nach unten, sticht als erstes der blaue Button „I DID THIS“ mit stilisiertem Blitz ins Auge (Abb. 8). Darunter befinden sich jedoch noch die grauen Textfelder „DO IT LATER“ und „SKIP IT“. Ohne die Button-Umrahmung wird erst auf den zweiten Blick erkennbar, dass es sich hier ebenfalls um Interaktionsmöglichkeiten handelt. Tippe ich „DO IT LATER“ an, werde ich zurück zur To-Do Liste geleitet, wo dieser Quest weiterhin angeschrieben steht. Bei „SKIP IT“ verändert sich jedoch die gesamte Struktur des Interfaces: Wie in Abb. 9 ersichtlich, öffnet sich hier ein ganz neues Fenster, das nicht im App-eigenen Design, sondern dem allgemeinen Design des iOS Betriebssystems gehalten ist. Der übrige Bildschirm wird zum grau getönten Hintergrund, mit dem ich nicht mehr interagieren kann. In der Terminologie der *Human Interface Guidelines*, welche Apple für externe App-Entwickler*innen veröffentlicht, handelt es sich bei dieser Art Fenster um einen *Alert*. Solche Warnsignale „disrupt the user experience and should only be used in important situations“¹⁹, etwa wenn der Akkustand des Geräts niedrig ist. Die Information und Wahlmöglichkeit, einen Quest auszusetzen, erscheint also auf einer Art Metaebene jenseits des bunten App-Designs, die viel ernster wirkt. Aus der Alert-Ansicht

komme ich nur heraus, wenn ich eine der beiden dargebotenen Optionen wähle, wobei „Cancel“ durch fetteren Schriftschnitt betont wird. Tippe ich darauf, komme ich wieder zurück und kann mir quasi ein zweites Mal überlegen, ob ich diesen Quest nicht doch annehmen möchte. Entscheide ich mich hingegen für „OK“ – womit hier gemeint ist, den Quest zu überspringen – erscheint nachfolgend ein neuer Quest in meiner To-do-Liste. Ohne Einbezug formaler Eigenschaften des Interfaces wäre die Brisanz dieser Passage leicht zu übersehen. Wenn SuperBetter an dieser (und nur an dieser) Stelle aus seinem üblichen Design herausfällt und stattdessen auf den ‚Alert‘ Apples setzt, werden die latenten Bahnen spürbar, in die SuperBetter seine User*innen lenkt und leitet.

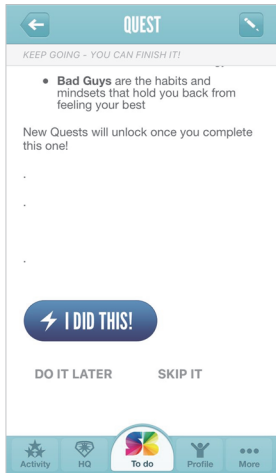


Abb. 8: Quest

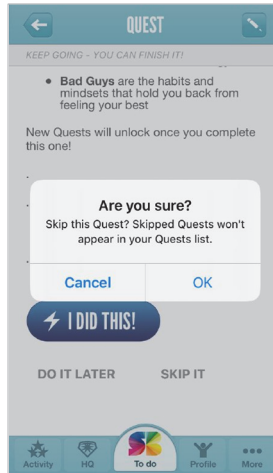


Abb. 9: Are you sure?

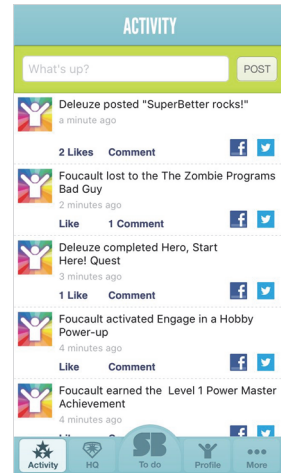


Abb. 10: Activity

Zuletzt sollen noch der Menüpunkt Activity sowie die Ally-Funktion von SuperBetter beleuchtet werden. Beide hängen eng miteinander zusammen und werden im Übergang zur Unternehmensversion SuperBetter At Work besonders relevant (s. unten.)

Unter *Activity* findet sich eine Mischung aus Pinnwand, personalisiertem Newsfeed und Aktivitätsprotokoll (Abb. 10). Dieser Bereich wird in den FAQ, im Gegensatz zu den übrigen Features der App, nicht explizit erläutert, was damit erklärbar wäre, dass diese Medien-Form aus den ubiquitären Social Media-Plattformen als bekannt vorausgesetzt wird. In den Activity-Feed eingespeist wird alles, was ich als User*in selbst in der App tue, aber auch, was alle meine Allies tun.

Allies können Freunde oder Verwandte aus dem ‚real-life‘, oder auch Online-Bekanntschaften sein, welche z.B. über die *SuperBetter Official Community Group* auf Facebook geknüpft werden können. Jedenfalls müssen sie ebenfalls ein SuperBetter-Profil besitzen bzw. erstellen und eine Anfrage (über die App, E-Mail oder Facebook) annehmen, damit eine Ally-Verbindung geknüpft ist. Sie kann von beiden Seiten aus jederzeit gelöscht werden. Die Bedeutung von Ally-Verbindungen wird dadurch unterstrichen, dass SuperBetter eigene Ally-Skills erfasst, die Interaktionen in einem Punktesystem erfassen und belohnen. Die Punkte erhalte ich z.B. dafür, einen Ally zu loben, ihr*ihm einen Quest vorzuschlagen oder eine ihrer*seiner Aktionen im Activity-Feed zu liken.

Um diese Funktionen untersuchen zu können, wurde auf einem zweiten Gerät ein weiteres Profil erstellt. Abb. 10 zeigt den Activity-Feed aus Sicht des Profils ‚Foucault‘ (das Ally-Profil heißt ‚Deleuze‘). Der Activity-Feed lässt sich direkt gestalten, indem unter dem Eingabefeld „What’s up?“ Text gepostet wird. Gleichzeitig werden automatisch Aktivitäten wie absolvierte (bzw. gescheiterte) Power-Ups, Quests oder Bad Guys – sowohl von der/dem entsprechenden User*in selbst als auch von deren/dessen Allies – getrackt. Es resultiert ein allseitig einsehbarer Aktivitätsmonitor, ohne dass diese Funktion in den Settings der App deaktiviert werden könnte. Gepostete Inhalte, Likes und Kommentare lassen sich, im Gegensatz zu anderen Social Media-Plattformen, nicht nachträglich löschen. In diesem starren technischen Korsett wird die Abhängigkeit der User*innen von der vorprogrammierten Struktur der App deutlich.

3.3 Ausstieg

Der letzte Teil dieses gerafften Walkthroughs befasst sich mit dem Ausstieg aus SuperBetter. Würde ich die App schlicht auf meinem Endgerät löschen, bliebe das eigene Profil vollkommen erhalten; ich bräuchte die App nur wieder herunterladen oder mich auf einem anderen Gerät einloggen, um fortfahren zu können. Den Account nachhaltig zu löschen, erweist sich als deutlich komplizierteres Unterfangen, denn dies ist nur über die Desktop-Version von SuperBetter möglich. Der Ausstieg erscheint bereits dadurch technisch erschwert, während zur Anmeldung und Nutzung von SuperBetter die App allein reicht. Im Desktop-Interface muss ich mich wiederum durch Warnhinweise klicken und mehrfach versichern, dass ich mir sicher bin, meinen Account löschen zu wollen, auch wenn danach kein Zurück möglich ist. Die letzte Warnung lautet: „Just so we’re extra super clear: you seriously can’t undo this“.

3.4 Kontext

Die Gründerin Jane McGonigal präsentierte SuperBetter im Jahr 2012 in einem millionenfach angeklickten TED-Talk mit dem Titel „The game that can add 10 years to your life“²⁰. Ihre damalige Ausgangslage, so der ‚Gründungsmythos‘ der App, wie ihn McGonigal u.a. in ihrem Buch *SuperBetter: The power of living gamely* (2016) erzählt, war folgende: Nach einer Kopfverletzung litt McGonigal an einer chronischen Gehirnerschütterung mit gravierenden Folgen – „Unable to think clearly or work or even get out of bed, she became anxious and depressed, even suicidal. But rather than let herself sink further, she decided to get better by doing what she does best: she turned her recovery process into a resilience-building game.“²¹ Im Zuge ihrer Verletzung wurde auch der Name des Spiels geboren: „Everyone had told me to ‚get better soon‘ while I was recovering from the concussion, but I didn’t want just to get better, as in back to normal. I wanted to get superbetter: happier and healthier than I’d been before the injury“ (McGonigal 2016, S. 4).

Dabei bezieht sich McGonigal auf das Konzept des ‚posttraumatischen Wachstums‘, das v.a. von der Positiven Psychologie (z.B. Peterson et al. 2008) stark gemacht wird: „traumatic events don’t always lead to long-term difficulty. Instead,

some individuals find that struggling with highly challenging life circumstances helps them unleash their best qualities and eventually lead happier lives“ (McGonigal 2016, S. 5). Eine Krise erscheint somit als Ausgangslage der positiven Selbsttransformation zumindest notwendig, wenn nicht geradezu erwünscht. Denn „There is adversity in every epic adventure“, wie es beim Einstieg in die App heißt (s. oben: Abb. 3). Am effektivsten lässt sich SuperBetter bei einer bestehenden ‚Challenge‘ wie Depressionen oder körperliche Erkrankungen ‚spielen‘. Auch in den ‚Science Cards‘ der App wird posttraumatisches Wachstum zum Ziel erklärt: „By learning to focus on your own heroic qualities [...] you can experience what researchers call post-traumatic growth“.

Auch wenn hier kein Quellenverweis stattfindet, handelt es sich bei diesen „researchers“ wohl u.a. um die ‚SuperBetter Scientists‘, die an der Entwicklung der App beteiligt waren (SuperBetter Blog, 25.02.2012). Unter ihnen befindet sich mit der Positiven Psychologin Ann Marie Roepke eine Schülerin Martin Seligmans. Unter Roepkes Federführung wurde ein Randomised-Controlled Trial zur Wirksamkeit SuperBetter gegen depressive Symptome publiziert (Roepke et al. 2015). Trotz des Labels einer „science-based mental health/wellbeing solution“²² gelang es dem Unternehmen SuperBetter, LLC offenbar nicht, mit der kostenlosen App wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Der Versuch, 2015 eine kostenpflichtige ‚Pro 2.0 Version‘ über eine Fundraising-Plattform zu finanzieren, scheiterte an unzureichenden Investitionen²³. Ende 2017 präsentierte SuperBetter, LLC in Kooperation mit einer Firma für ‚employee wellbeing solutions‘ das kostenpflichtige Programm *SuperBetter At Work*²⁴. Doch bevor dieses in die Analyse einbezogen wird, sollen die bisherigen Signaturen im Material zusammengetragen und interpretiert werden.

4 Analyse der Bedeutungsstruktur: Urgence und Makrodispositiv

Wir wollen hier mit Schaupp das Mikrodispositiv SuperBetter und anschließend auch seine Weiterentwicklung SuperBetter At Work als Teil des „Versuch[s] einer Lösung für ein existierendes gesellschaftliches Problem“ (urgence) (Schaupp 2019, S. 233) verstehen. Es kann jedoch „den Notstand, zu dessen Überwindung es geschaffen wurde, nicht einfach im Sinne einer mechanischen Reparatur beseitigen“ (ebd.). Stattdessen erzeugt es „negative“, „nicht gewollte oder sogar positive Effekte [...] und dadurch weitere Notstände“ (Foucault 1978, S. 233). Der Fokus der Untersuchung wird hier nun breiter, die analytische Linse ‚zoomt‘ gleichermaßen heraus und fragt schließlich nach dem Makrodispositiv: In welchen Welt- und Selbstverhältnissen stehen Subjekte, die ihre Resilienz mittels SuperBetter zu steigern versuchen? Der erste Teil (4.1) dieser Analyse untersucht die App dabei als Selbst-Technologie in einem grundlegend Foucaultschen, in diesem Fall aber auch wörtlich zu verstehenden Sinn. Der zweite Abschnitt (4.2) geht der Frage nach, auf welche Krise(n) SuperBetter antwortet und wie diese Antworten aussehen. Um der jüngsten Entwicklung des Materials – der 2017 erstmals präsentierten Unternehmensversion SuperBetter At Work – gerecht zu werden, deren Erscheinen auch unsere Interpretation SuperBetter selbst rückwirkend beeinflusst, wird diese knapp

eingeführt (4.3). Damit verschiebt sich der Fokus eher auf arbeitsweltliche Fragen, die wir im letzten Teil der Analyse (4.4) diskutieren.

4.1 SuperBetter als Selbst-Technologie

SuperBetter bildet psychisches Befinden sowie diverse Verhaltensweisen, die dieses beeinflussen, in einem digitalen Raum ab und verhandelt diese dort nach einer spezifischen Eigenlogik. Als prägenden Teil dieser Logik lassen sich Prinzipien der *Gamification* identifizieren. Ausgehend von einer allgemeinen Definition der Gamification als „use of game design elements in non-game contexts“ (Deterding et al. 2011, S. 9) erschafft SuperBetter durch seine Adressierung psychischen Innenlebens in Verbindung mit seinen Belohnungsmechanismen, Punktesystemen, Levels und Achievements ein halb virtuelles, halb reales Game. Das ‚Game‘ der Gamification hat jedoch kaum etwas mit spontanem, situativem Spiel (engl.: play) gemein, sondern ist als klar zweck- und zielorientierter Wettbewerb definiert.

Eine krisenhafte Ausgangslage, z.B. in Form individueller Depression, wird zur Challenge umgedeutet, die User*innen eigenverantwortlich gewinnen (oder verlieren) können. Die App gibt unmittelbares positives bzw. negatives Feedback auf das Erreichen bzw. Scheitern an einem To-do. Virtuelle Abzeichen liefern den motivationalen Treibstoff, während personalisierte Statistiken und Diagramme jegliche Fort- bzw. Rückschritte aufzeichnen. Funktionen wie der Activity-Feed setzen das Vorankommen in der App (und den in ihr erfassten Lebensbereichen) der Sichtbarkeit durch Andere (Allies) aus. Diese Allies sollen unterstützen, aber auch fordern, z.B. indem sie weitere To-do's vorschlagen.

Die Tatsache, dass sich die Subjekte von SuperBetter eines digitalen Devices bedienen, um ihr Verhalten und Erleben zu ‚tracken‘ und zu steuern, ist dabei alles andere als trivial. Denn so werden alltägliche Aktivitäten (z.B. ein Glas Wasser zu trinken) in messbare Resilienzpunkte übersetzt. Gamification und Quantifizierungspraktiken sind konstitutionell ineinander verschlungen: „What is important about digitized gamification is how good it is at getting us to quantify ourselves, enrolling automatic data collection and feedback practices into an intimate care of the self“ (Whitson 2013, S. 168). Dabei erhalten User*innen „Informationen über sich selbst, die ihnen ohne technische Hilfsmittel nicht zugänglich wären“ (Schaupp 2016, S. 83). Durch die tägliche Nutzung der App und ihr permanentes Feedback über aktuelle Resilienz-Scores erscheint „die Black Box Leben“ als ein „machbares Spiel“ (Nosthoff/Maschewski 2019, S. 25) – vielleicht liegt gerade in diesem Phantasma der Schlüssel zur Anziehungskraft SuperBetter.

Auch wenn User*innen von SuperBetter primär als Individuen adressiert werden, kennt die App eine spezifische Form des Sozialen, deren Bedeutung unseres Erachtens nicht unterschätzt werden darf. Die verlinkten sozialen Netzwerke, v.a. aber die Ally-Dyaden, fungieren als „Unterstützungs- und Konkurrenzgemeinschaften, in denen sich die Einzelnen wechselseitig beobachten und aufeinander Einfluss nehmen (können)“ (Duttweiler 2016, S. 228). SuperBetter scheint die motivationale Energie, welche der (antizipierte) Blick eines Gegenübers dem Selbstoptimierungsprojekt des Einzelnen zuführen kann, erkannt zu haben. Denn die „wechselseitige Sichtbarkeit forciert eine Dynamik permanenter Selbst- und Fremdüberwindung“ (Nosthoff/Maschewski 2019, S. 41). Ich sehe meine Allies und meines Allies sehen mich: So wird „ganz spielerisch klar, dass man [...] immer bei-

des ist: Freund und Gegner, Exhibitionist und Spitzel, Subjekt und Objekt auf der Richterskala“ (ebd.).

Wie auch in anderen Self-Tracking Programmen üblich, ist „die Interpretation und Verwendung [...] der ‚getrackten‘] Daten unverkennbar mit den Zielen der ‚Verbesserung‘ verbunden“ (Mämecke 2016, S. 110). So zeigt SuperBetter den aktuellen Resilienz-Score immer im Vergleich zum zeitübergreifenden Höchstwert der Userin*des Users. Die Psyche erscheint in einem Modus der kybernetisch optimierten Anpassung zwischen Ist- und Soll-Zustand.

In der bis hierhin dargestellten Neuartigkeit der digital-medialen Vermittlung können Programme wie SuperBetter mit Schaupp (2016, S. 72) „durchaus wörtlich“ als „Selbst-Technologien“ begriffen werden – in Abgrenzung zu „älteren diskursiven Technologien des Selbst, wie sie zum Beispiel in Ratgeber-Büchern präsentiert werden“ (ebd.). Selbstvermessung und Feedbackschleifen in Richtung der Optimierung des messenden bzw. gemessenen Subjekts begreifen wir mit Schaupp (2019) als gegenwärtig virulente „digitale Selbstevaluation“, wobei SuperBetter seine besondere Brisanz daraus gewinnt, dass es im Gegensatz zu anderen Self-Tracking-Programmen nicht (nur) auf körperliche (Schrittzahl, Kalorien etc.), sondern insbesondere auf psychische Parameter abzielt.

4.2 Resilient durch Krisen

Weiters sehen wir eine inhaltliche Spezifik der von SuperBetter vermittelten Resilienz gegenüber anderen Selbstoptimierungsprogrammen. Diese betrifft gesellschaftliche Fragen der Wahrnehmung, Bewertung und Bearbeitung von *Krisen*, wie wir in der Folge explizieren wollen. Resilienz geht per Definition von Krisen (d.h. unvorhersehbar einbrechenden Ereignissen) aus – in einem Blog-Post von SuperBetter heißt es: „when the future looks dark and unknown, [...] we return to the basics of Resilience“ (09.11.2012). Problematisch erscheint uns jedoch, wie im Namen der Resilienz auf diese Ausgangsfeststellung reagiert wird; mit Graefe (2019, S. 186) gesprochen: Resilienz liefert „die falsche Antwort auf die richtige Frage“. Dies in zweierlei Hinsicht: Einerseits wird im individualistischen Weltbild des Resilienz-Diskurses die Umwelt zwar als dauerhafte Quelle potentieller Widrigkeiten aufgefasst, dieselbe jedoch nicht als adäquater Ort zu deren Bearbeitung thematisiert – ganz nach einem populären Leitsatz der Positiven Psychologie: „Change your actions, not your circumstances“ (Sheldon/Lyubomirsky 2006, S. 55).

Aus dieser nach innen gerichteten, man könnte auch sagen pessimistischen oder hilflosen Haltung gegenüber der Gestaltung der (politischen, materiellen, ökologischen) Lebensumstände heraus, ist wohl der ‚Rückzug‘ in individuelle Resilienz zu verstehen. SuperBetter reagiert somit auf einen Notstand allgemeiner Krisenstimmung bzw. -erfahrungen, verortet deren Bearbeitungsmöglichkeit jedoch – hier liegt sein zutiefst apolitisches (und damit politisches!) Momentum – sofort im Individuum und dessen Psyche, nicht etwa in ökonomischen Strukturen oder unserem gesellschaftlichen Zusammenleben. Eine Konsequenz der Ausklammerung gesellschaftlicher Rahmenbedingungen ist, dass damit auch die Unterscheidung zwischen tragischen Schicksalsschlägen und menschengemachten, d.h. vermeidbaren Konflikten (wie z.B. der Finanzkrise, Klimakrise, ausbeuterischen Arbeitsbedingungen oder kriegerischen Auseinandersetzungen) hinfällig erscheint.

Jedoch geht die Resilienz, und auch das zeigt sich in SuperBetter, noch einen Schritt weiter: Denn das resiliente Subjekt speist gar seine produktive Energie und seinen persönlichen Sinn, indem es aus diesen widrigen Lebensumständen ‚wächst‘ (posttraumatisches Wachstum). Gerade durch traumatische Krisenerfahrungen würde das Selbst erst tiefgreifend in die gewünschte Richtung modellierbar. Es zieht seine Stärke, ja Unbesiegbarkeit gerade aus seiner Verletzbarkeit (*Vulnerable but invincible*; Werner/Smith 1989). So wird z.B. im SuperBetter-Blog die Geschichte eines US-Veteranen aus dem Afghanistan- Krieg unter dem Titel „The surprising benefits of traumatic events“ erzählt (28.03.2012). Durch die Erklärung der Krise zur Wachstumschance, bei gleichzeitiger Ausblendung allfälliger politisch-ökonomischer Krisenursachen, erscheint Resilienz damit als „passgenaues Konzept des flexiblen Krisenkapitalismus“ (Graefe 2019, S. 151).

Die Figur eines unter widrigen Umständen noch produktiven Subjekts, welchem die flexible Anpassung an ebendiese Umstände gelingt, anstatt auszubrennen oder depressiv zu werden, das trotzdem sozial kompatibel und kommunikativ bleibt, wirkt aber nicht nur als erstrebenswertes Selbstideal von privaten SuperBetter-User*innen. Sie geht Hand in Hand mit konkreten Interessen der Arbeitswelt. So zumindest ließe sich die jüngste Wendung in der Entwicklung SuperBetter deuten: SuperBetter At Work.

4.3 Ausblick: SuperBetter At Work

„Engage your employees with a powerful mindset, critical skills and teamwork to manage stress, reduce burnout, and improve productivity, mental wellbeing and adaptability to change.“²⁵

So verspricht es SuperBetter At Work auf seiner Website. In dieser Weiterentwicklung werden Konzept und Funktionen von SuperBetter als Management- und Human-Ressources-Programm an Unternehmen verkauft, die es bei ihren Arbeitnehmer*innen implementieren. Die Anschlussfähigkeit des Vokabulars aus der Privatpersonen-Version an unternehmerische Rhetorik ist bemerkenswert: „Goals are turned into epic wins, colleagues are recruited as allies, and obstacles are reframed as bad guys.“ Auch die Nutzungsweise erscheint fast ident: „Accessible 24/7 on computers and smartphones, SuperBetter At Work engages employees for a few minutes a day to build resilience“.

Funktionen SuperBetter wie das Tracking des eigenen Wohlbefindens, die gegenseitige Unterstützung und Anspornung in Ally-Dyaden, die Erfassung und Protokollierung jeglicher Aktivität in einem Feed, das Framing von Aufgaben als spielerisch zu lösende Challenges etc. werden im Übergang von der Privat- zur Unternehmensvariante also ‚scharf gemacht‘. Im Streben nach psychischer Resilienz fallen ideale User*innen-Selbst und ideale Arbeitnehmer*innen-Selbst ineinander.

Auch an dieser Stelle empfiehlt es sich, noch einmal auf die SuperBetter inhärenten Gamification-Mechanismen zu fokussieren. Um die Folgen der Implementierung von Gamification am Arbeitsplatz spezifizieren zu können, schlägt P.J. Rey (2014) den Begriff *Playbor* vor. Wie er feststellt, kann kein wirtschaftliches Unternehmen daran interessiert sein, Arbeit in zweckfreies, unproduktives Spiel zu verwandeln. Erwünscht und gefördert wird jedoch „play-like activity that is, ultimately, still productive“ (S. 288). Konkret zielen die Maßnahmen darauf ab, kooperative ebenso wie kompetitive Impulse zu setzen (ebd.). Aus der Gestaltung von

Erwerbsarbeit als gamifizierte Playbor profitieren Arbeitgeber*innen, indem Innovation gefördert und Produktivität gesteigert wird (ebd.). So bewirbt SuperBetter At Work seine Effekte: „When employees adopt a gameful mindset to tackle real-life goals and challenges, they harness psychological skills such as optimism, determination, creativity, and cooperation“. Darüber hinaus lassen sich, einmal als ‚Teil des Spiels‘ deklariert, Abläufe und Eigenschaften quantifizieren, die zuvor jenseits der numerischen Erfassung (und damit Kontrolle) durch Vorgesetzte waren.

4.4 Resiliente Arbeitnehmer*innen

Nach Nikolas Rose erfährt die „Arbeitswelt“ seit einiger Zeit eine Umdeutung hin zu einem Ort, in dem „durch das aktive Engagement der selbsterfüllenden Impulse der Arbeitnehmer*innen, durch Vereinbarung der Organisationsziele mit den Wünschen des Selbst“ die „Produktivität gesteigert, Qualität gesichert und Innovation vorangetrieben werden soll“ (Rose 2000, S. 18). Das Zusammenfallen von intrinsischer, spielerisch geweckter Motivation und Unternehmensvorgaben verspricht maximale Produktivität. SuperBetter At Work, mit seinen nahtlos vom Privaten in die Unternehmenswelt wechselnden „Epic Wins“, dokumentiert diese Verschränkung und liefert dabei gleichzeitig auch noch eine Antwort auf das Problem der Prekarisierung; denn wenn Mitarbeiter*innen nur resilient genug sind (bzw. effizient dazu trainiert werden), muss hinsichtlich Arbeitszeit, Entlohnung oder Jobsicherheit nichts geändert werden. Dabei erfüllt das digitale ‚Spiel‘ SuperBetter At Work Zwecke der Motivation ebenso gut wie die der numerischen und sozialen Kontrolle (Resilienz-Punkte/Allies).

Doch auch Fragen der Privatsphäre und Transparenz werden durch panoptische Einsichtsmöglichkeiten in die Wohlbefindens- und Resilienz-Werte der Mitarbeiter*innen, welche SuperBetter At Work Arbeitgeber*innen bietet, hochrelevant (vgl. Moussa 2015).

Programme, die Unternehmen mittels digital aufgerüsteter Psychotechniken explizit die Erreichung ihrer ‚human capital goals‘ versprechen, liegen gegenwärtig im Trend (vgl. Moore 2018)²⁶. Wir fassen sie unter der Begriffsschöpfung ‚Employee-Tracking‘ zusammen. Employee-Tracking beinhaltet, oft von simpleren Programmen wie dem durch Unternehmen geförderten Fitness-Tracking ausgehend, die digitale Erfassung (d.h. Quantifizierung, Überwachung und Kontrolle) produktivitätsrelevanter ‚soft factors‘, wie emotionale Stabilität, empathische Kommunikation und soziale Kompetenz. Dabei wird ein „Hack der Intimität“ (Schulz 2019, S. 150) unternommen, insofern „Kommunikationsweisen“ und „emotionale[] Reaktionen, die ihren primären Ort in intimen, engen, gefühlsmäßig intensiven Relationen haben“ (ebd., S. 149), gleichsam ‚gehackt‘ und „in berufliche, unpersönliche oder menschmaschinellen Beziehungen überführt“ (ebd.) werden – „How good do you feel today, EMOTIONALLY?“ fragt der tägliche Tracker von SuperBetter, und jede Antwort erscheint als Fortschreibung meines Wellbeing-Diagramms (s. oben, Abb. 7).

5 Fazit

Fragen des emotionalen Erlebens und der Autonomie werden im Rahmen des digitalen Gestells SuperBetter in einer sehr spezifischen Art und Weise verhandelt. Resilienz, wie hier vermittelt, erweist sich als Selbst-Technologie, die dazu anhält, das psychische Innenleben als kompetitives Spiel zu problematisieren und digital aufgerüstet zu bearbeiten. In diesem Spiel können Individuen gewinnen oder verlieren. Gefragt sind z.B. positives Denken, achtsames Stressmanagement, ausreichend Bewegung und gesunde Ernährung, oder auch der effektive Einsatz sozialer Ressourcen. Dabei sind intrinsische Motivation und Selbstständigkeit nur solange gut, wie sie die ‚Spielregeln‘ und -bedingungen nicht in Frage stellen und Mitmenschen nur, solange sie hilfreiche Verbündete abgeben. Das Außen verkümmert hierbei zu einer gänzlich unveränderbaren Kontextvariable, die nicht etwa durch politisch-ökonomische Konflikte, sondern durch eine allgemeine, unkontrollierbare Krisenhaftigkeit gekennzeichnet ist. Als Hauptgewinn in diesem Spiel winkt ein durch Krisenerfahrung abgehärtetes, post-traumatisch gestärktes, unschlagbar produktives Selbst; eine dem Krisenkapitalismus unserer Gegenwart ideal angepasste Subjektivität.

Resilienz am Arbeitsplatz, wie sie in SuperBetter At Work und ähnlichen Programmen gefordert und gefördert wird, bedeutet, dass Arbeitnehmer*innen sich vorgegebenen Arbeitsanforderungen flexibel anpassen, ohne psychisch zusammenzubrechen – mit anderen Worten: sich verbiegen, ohne zu brechen. Auf diese Weise zugerichtete Subjekte hinterfragen auch prekäre Arbeitsbedingungen nicht und bringen ihr gesamtes psychisches Potential zur Steigerung ihrer Produktivität – d.h. in der betreffenden Arbeitswelt: Flexibilität, Kreativität, Sozialität und strategisch eingesetzte Emotionalität – ein. Bei der vorliegenden Verbindung aus Resilienz-Versprechen, Playbor und Employee-Tracking handelt es sich in unseren Augen um einen neuartigen, großflächigen (und zutiefst fragwürdigen) Versuch der kapitalistischen Verwertung menschlichen Innen- und Soziallebens.

Indem die Walkthrough-Methode User*innen-Interaktivität, Bewegungsmöglichkeiten und -räume innerhalb eines digitalen Gestells mit seinen spezifischen Affordances und Anrufungen abschreitet, dokumentiert, feinalysiert (Zooming In) und kontextualisiert (Zooming Out), ermöglicht sie eine Rekonstruktion des dynamischen Verhältnisses von Subjektivierungsweise und gesellschaftlichem Kontext auf dem Gebiet digitaler Interfaces, das von der qualitativen Sozialforschung noch weitgehend unkartiert ist. Materialiter lässt sich im gegebenen Fall demonstrieren, wie sich Machtverhältnisse in Formen der Subjektivierung so transponieren, dass die resultierenden Subjekte für den neoliberalen Weltlauf brauchbar werden. Indem diskursive wie nicht-diskursive Praktiken uns auf eine spezifische Weise ‚anrufen‘, unsere ‚Ambitionsreaktoren‘ spielerisch so zünden, dass wir zu intrinsisch motivierten, selbstreguliert resilienten und wirtschaftlich verwertbaren Subjekten werden und diese Subjekte wiederum in spezifisch kompetitiv-kooperative Sozialbeziehungen zueinander gesetzt werden, wird erkennbar, wie sich im Durchlauf durch das Subjekt gleichzeitig die gegenwärtigen ökonomischen Verhältnisse stabilisieren und legitimieren.

Literatur

- Bohnsack, R./Geimer, A. (2015): Filminterpretation als Produktanalyse in Relation zur Rezeptionsanalyse. In: Bohnsack, R./Fritsche, B./Wagner-Willi, M. (Hrsg.): Dokumentarische Video- und Filminterpretation. Methodologie und Forschungspraxis. Opladen, S. 295–318. <https://doi.org/10.2307/j.ctvdf03gd.14>
- Bröckling, U. (2017): Gute Hirten führen sanft: Über Menschenregierungskünste. Berlin.
- Bröckling, U./Krasmann, S. (2010): Ni méthode, ni approche. In: Angermüller, J./Van Dyk, S. (Hrsg.): Diskursanalyse meets Gouvernementalitätsforschung. Frankfurt a.M., S. 23–42.
- Bucher, T. (2013): Objects of intense feeling: The case of the Twitter API. In: Computational Culture, H. 3. <http://computationalculture.net/objects-of-intense-feeling-the-case-of-the-twitter-api/> (05. Oktober 2020)
- Bucher, T./Helmond, A. (2018): The affordances of social media platforms. In: Burgess, J./Marwick, A./Poell, T. (Hrsg.): The SAGE handbook of social media. London, S. 233–253. <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n14>
- Burgess, J./Baym, N.K. (2020): Twitter: A biography. New York.
- Caborn Wengler, J./Hoffarth, B./Kumiega, L. (Hrsg.) (2013): Verortungen des Dispositiv-Begriffs. Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-94260-5>
- Deterding, S./Dixon, D./Khaled, R./Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining gamification. In: Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments, S. 9–15. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Drucker, J. (2011): Humanities approaches to interface theory. In: Culture machine, H. 12, S. 1–20.
- Duttweiler, S. (2016): Körperbilder und Zahlenkörper: Zur Verschränkung von Medien- und Selbsttechnologien in Fitness-Apps. In: Duttweiler, S./Gugutzer, R./Passoth, J.-H./Strübing, J. (Hrsg.): Leben nach Zahlen: Self-Tracking als Optimierungsprojekt? Bielefeld, S. 221–251. <https://doi.org/10.14361/9783839431368-011>
- Foucault, M. (1978): Dispositive der Macht. Berlin.
- Foucault, M. (1981): Archäologie des Wissens. Frankfurt a.M.
- Gibson, J.J. (1966): The Senses Considered as Perceptual Systems. London.
- Graefe, S. (2019): Resilienz im Krisenkapitalismus: Wider das Lob der Anpassungsfähigkeit. Bielefeld. <https://doi.org/10.14361/9783839443392>
- Heidegger, M. (1978): Die Technik und die Kehre. Pfullingen.
- Keller, R. (2001): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse, Bd. 1: Theorien und Methoden. Opladen. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-99906-1>
- Latour, B. (2005): Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory. New York.
- Light, B.A./Burgess, J.E./Duguay, S. (2018): The walkthrough method: An approach to the study of apps. In: New Media and Society, 20. Jg., H. 3, S. 881–900. <https://doi.org/10.1177/1461444816675438>
- Mämecke, T. (2016): Die Statistik des Selbst: Zur Gouvernementalität der (Selbst-)Verdatung. In: Selke, S. (Hrsg.): Lifelogging. Digitale Selbstvermessung und Lebensprotokollierung zwischen disruptiver Technologie und kulturellem Wandel. Wiesbaden, S. 97–125. https://doi.org/10.1007/978-3-658-10416-0_5
- Mannheim, K. (1980): Strukturen des Denkens. Frankfurt a.M.
- McGonigal, J. (2016): SuperBetter: The power of living gamefully. New York.
- McVeigh-Schultz, J./Baym, N.K. (2015): Thinking of you: Vernacular affordance in the context of the microsocial relationship app, Couple. In: Social Media+Society, 1. Jg., H. 2, S. 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305115604649>

- Moore, P.V. (2018): *The Quantified Self in Precarity. Work, Technology and What Counts*. London. <https://doi.org/10.4324/9781315561523>
- Moussa, M. (2015): Monitoring Employee Behavior Through the Use of Technology and Issues of Employee Privacy in America. In: *SAGE Open*, 5. Jg., H. 2, S. 1–13. <https://doi.org/10.1177%2F2158244015580168>
- Nagy, P./Neff, G. (2015): Imagined affordance: Reconstructing a keyword for communication theory. In: *Social Media+Society*, 1. Jg., H. 2, S. 1–9. <https://doi.org/10.1177%2F2056305115603385>
- Nicolini, D. (2009): Zooming in and out: Studying practices by switching theoretical lenses and trailing connections. In: *Organization studies*, 30. Jg., H. 12, S. 1391–1418. <https://doi.org/10.1177%2F0170840609349875>
- Norman, D.A. (1999): Affordance, conventions, and design. In: *Interactions*, 6. Jg., H. 3, S. 38–42. <https://doi.org/10.1145/301153.301168>
- Nosthoff, A.-V./Maschewski, F. (2019): *Die Gesellschaft der Wearables: Digitale Verführung und soziale Kontrolle*. Berlin.
- Peterson, C./Park, N./Pole, N./D'Andrea, W./Seligman, M.E. (2008): Strengths of character and posttraumatic growth. In: *Journal of Traumatic Stress*, 21. Jg., H. 2, S. 214–217. <https://doi.org/10.1002/jts.20332>
- Przyborski, A. (2018): *Bildkommunikation. Qualitative Bild- und Medienforschung*. Berlin. <https://doi.org/10.1515/9783110501704>
- Przyborski, A./Slunecko, T. (2020): Understanding media communication. On the significance of iconic thinking for a praxeological model of communication. In: *SAGE Open*, 10. Jg., H. 3, S. 1–13. <https://doi.org/10.1177/2158244020952064>
- Przyborski, A./Wohlrab-Sahr, M. (2014): *Qualitative Sozialforschung*. München. <https://doi.org/10.1524/9783486719550>
- Reckwitz, A. (2020): Verblendet vom Augenblick. In: *Die Zeit*, 10.06.2020, S. 45.
- Reichert, R. (2018): Biosurveillance, Self-Tracking und digitale Gouvernamentalität. In: Buhr, L./Hammer, S./Schölzel, H. (Hrsg.): *Staat, Internet und digitale Gouvernamentalität*. Wiesbaden, S. 65–86. https://doi.org/10.1007/978-3-658-18271-7_4
- Rey, P.J. (2014): Gamification and Post-Fordist Capitalism. In: Walz, S./Deterding, S. (Hrsg.): *The Gameful World*. Cambridge, S. 277–295.
- Roepke, A.M./Jaffee, S.R./Riffle, O.M./McGonigal, J./Broome, R./Maxwell, B. (2015): Randomized Controlled Trial of SuperBetter, a Smartphone-Based/Internet-Based Self-Help Tool to Reduce Depressive Symptoms. In: *Games for Health Journal*, 4. Jg., H. 3, S. 235–246. <https://doi.org/10.1089/g4h.2014.0046>
- Rose, N. (2000): Das Regieren von unternehmerischen Individuen. In: *Kurswechsel*, H. 2, S. 8–27.
- Schaupp, S. (2016): „Wir nennen es flexible Selbstkontrolle.“ Self-Tracking als Selbsttechnologie des kybernetischen Kapitalismus. In: Duttweiler, S./Gugutzer, R./Passoth, J.-H./Strübing, J. (Hrsg.): *Leben nach Zahlen: Self-Tracking als Optimierungsprojekt?* Bielefeld, S. 63–86. <https://doi.org/10.14361/9783839431368-003>
- Schaupp, S. (2019): Die totale Evaluation. Skizze zu einer materialistischen Dispositionanalyse. In: Rode, D./Stern, M. (Hrsg.): *Self-Tracking, Selfies, Tinder und Co*. Bielefeld, S. 225–248. <https://doi.org/10.14361/9783839439081-010>
- Schulz, J. (2019): Klicklust und Verfügbarkeitszwang. Techno-affektive Gefüge einer neuen digitalen Hörigkeit. In: Mühlhoff, R./Breljak, A./Slaby, J. (Hrsg.): *Affekt Macht Netz*. Bielefeld, S. 131–154. <https://doi.org/10.14361/9783839444399-006>
- Sheldon, K.M./Lyubomirsky, S. (2006): Achieving sustainable gains in happiness: Change your actions, not your circumstances. In: *Journal of Happiness Studies*, 7. Jg., H. 1, S. 55–86. <https://doi.org/10.1007/s10902-005-0868-8>
- Slunecko, T. (2008): *Von der Konstruktion zur dynamischen Konstitution. Beobachtungen auf der eigenen Spur*. Wien.
- Slunecko, T. (2020): Tracking One's Own Path. A methodological leitmotif of cultural psychology. In: *Integrative Psychological and Behavioral Science*, H. 54, S. 196–214. <https://doi.org/10.1007/s12124-019-09479-2>

- Spradley, J.P. (2016): Participant observation. Long Grove.
 SuperBetter-Blog (2012): <https://blog.superbetter.com/> (15. Juli 2021)
- Tugade, M.M./Frederickson, B.L. (2004): Resilient Individuals Use Positive Emotions to Bounce Back From Negative Emotional Experiences. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 86. Jg., H. 2, S. 320–333. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.86.2.320>
- Veer, I.M./Riepenhausen, A./Zerban, M./Wackerhagen, C./Engen, H./Puhmann, L./.../Kalisch, R. (2020): Mental resilience in the Corona lockdown: First empirical insights from Europe. *PsyArXiv Preprint*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/4z62t>
- Wacquant, L. (2014): Für eine Soziologie aus Fleisch und Blut. In: *sub\urban. zeitschrift für kritische stadtforschung*, 2. Jg., H. 3, S. 93–106. <https://doi.org/10.36900/suburban.v2i3.151>
- Werner, E.E./Smith, R.S. (1989): *Vulnerable, but Invincible. A Longitudinal Study of Resilient Children and Youth*. New York.
- Whitson, J.R. (2013): Gaming the Quantified Self. In: *Surveillance & Society*, 11. Jg., H. 1/2, S. 163–176. <https://doi.org/10.24908/ss.v11i1/2.4454>

Anmerkungen

- 1 Subjektivierung verstehen wir in Anschluss an Foucault (1981) und Schaupp (2019) als den Prozess, in dem Individuen Selbsttechniken in Anschlag bringen, um gesellschaftlichen Anforderungen entsprechen zu können, und dabei bestimmte Subjektpositionen akzentuieren und andere verwerfen. Dieser Prozess beinhaltet „in einer bestimmten Weise als Subjekt angesprochen zu werden, sich selbst als ein Subjekt zu begreifen und im Sinne dieses Selbst-Verständnisses an sich zu arbeiten“ (Bröckling/Krasmann 2010, S. 29).
- 2 Der Begriff lässt sich ins Deutsche nur schlecht als „Angebots-“ oder „Aufforderungscharakter“ übersetzen.
- 3 <https://www.usabilityfirst.com/glossary/affordance/> (03.09.2020).
- 4 Wie sich leicht zeigen lässt, wenn z.B. die Spracheinstellung eines Smartphones auf Koreanisch umgestellt wird.
- 5 Zu Formeigenschaften zählen: Größe, Form, Position, Orientierung, Farbe, Textur, Tonwert, Symmetrie etc. sowie, speziell im digitalen Kontext, Änderungsrate und Bewegung (Drucker 2011, S. 6).
- 6 Eine ähnliche Kritik findet sich bei Przyborski (2018). Dem klassischen Sender-Empfänger-Modell, in dem das Medium lediglich ein mehr oder weniger komplexer Kanal ist, setzt sie ein „praxeologisches Kommunikationsmodell“ entgegen, in dem sie von einer wechselseitigen Konstitution von Medien und Gesellschaft ausgeht. Bedeutung ist hier weder von den jeweiligen Handlungspraxen noch von Kulturobjektivationen wie z.B. Apps gelöst (Przyborski 2018, S. 129f.; Przyborski/Slunecko 2020).
- 7 Ein alternatives Vorgehen, das unseres Wissens aber noch nicht praktisch erprobt wurde, bestünde darin, die Methode auf die kollektive Autoethnographie einer in der App interagierenden Forschungsgruppe auszuweiten.
- 8 Z.B. <https://www.crunchbase.com/>; <https://www.kickstarter.com/> (beide 21.09.2020).
- 9 Um den Zentralbegriff von Heideggers (1978) Technikphilosophie ins Spiel zu bringen, mit dem dieser die Eigenmacht und Vorgängigkeit des Techn(olog)ischen gegenüber der menschlichen Handlungsmacht betont, so wie dies auch heutige technikorientierte Ansätze (z.B. Latour 2005) auszeichnet.

- 10 Damit soll nicht verleugnet werden, dass es im konkreten Fall immer Zwischenräume und Freiheitsgrade gibt; auch als Forschende bewegen wir uns in ebendiesen, probieren Funktionen aus, erstellen zusätzliche Accounts, etc.
- 11 Stand: Juli 2020.
- 12 Für Android-Geräte existiert ebenfalls eine – später erschienene – kostenlose Version, die hier jedoch nicht im Detail untersucht werden kann.
- 13 <https://apps.apple.com/de/app/superbetter/id536634968> (06.09.2020).
- 14 Wenn in der Folge die Ich-Form verwendet wird, geschieht dies, um das Interface aus der Perspektive einer Userin* eines Users in zu beschreiben.
- 15 Dabei handelt es sich, wie hier vorweggenommen werden kann, in Referenz zu populären Superhelden-Narrativen um ein fiktionales Spiel-Selbst; in den Worten der SuperBetter-Gründerin: “a way to start feeling heroic and determined instead of hopeless“ (McGonigal 2016, S. 3).
- 16 Wenn ich „other“ wähle, werde ich anschließend gebeten, die Challenge in einem freien Texteingabefeld zu spezifizieren.
- 17 <https://www.superbetter.com/faq> (21.09.2020).
- 18 Mit Aussagen wie: “I’m optimistic about my future”, “I view challenging situations as opportunities to learn or grow”, “Setbacks don’t discourage me” (https://www.superbetter.com/heroes/935098/secret_lab#; 12.08.2020).
- 19 <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/views/alerts/> (08.09.2020).
- 20 https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_the_game_that_can_give_you_10_extra_years_of_life (21.09.2020).
- 21 <https://www.amazon.com/gp/product/0143109774> (30.01.2021).
- 22 <https://www.crunchbase.com/organization/superbetter#section-overview> (21.09.2020).
- 23 <https://www.indiegogo.com/projects/superbetter-2-0-live-gamefully#/> (12.08.2020). Das Ausbleiben wirtschaftlichen Erfolgs könnte viele Ursachen haben und liegt jenseits unserer Expertise. Für die nach wie vor aktuelle Relevanz der App spricht die Tatsache, dass sie noch verfügbar ist, und die hohe User*innenzahl.
- 24 <https://www.econotimes.com/New-SuperBetter-At-Work-Helps-Employers-Build-a-More-Resilient-Workforce-936908> (12.08.2020).
- 25 Nachdem der Lizenzpartner Abound Wellbeing, LLC im August 2020 insolvent ging, ist die Website <https://www.superbetteratwork.com> von SuperBetter At Work derzeit offline (16.09.2020, Stand: Juli 2021). Archivierung unter <https://web.archive.org/web/20200812035446/https://www.superbetteratwork.com/> (15.07.2021). Archivierung ist hier einsehbar: <https://web.archive.org/web/20191024224935/>; <https://www.superbetteratwork.com/> (16.09.2020). Zitate stammen aus Screenshots der Autoren von Oktober 2019 bis Juni 2020.
- 26 Weitere Beispiele für solche Anwendungen sind Wellspace (<https://yourwellspace.com>) und Okina Care (<https://www.peoplesmatter.tech/>; beide 14.07.2021).