



Katrin Lehnen

„Alexa, sing ein Liebeslied“ – Nähe und Distanz im Zeichen digitaler Emotionskulturen*

„Gefühle sind keine Tatsachen“ formuliert der amerikanische Psychiater und Professor David D. Burns (2011) und bringt damit zum Ausdruck, dass Gefühle nicht einfach *da* und wir ihnen unausweichlich ausgeliefert sind. Sie sind, so Burns, Resultat von Gedanken, die wir in die eine oder andere Richtung lenken und umlenken, verändern und eben auch anders denken können (57). Auch der Buchtitel der amerikanischen Neurowissenschaftlerin Lisa Barrett Feldman „How Emotions are made. The secret life of the brain“ (2017) verdeutlicht, dass Emotionen *gemacht* sind und aktiv hergestellt werden, selbst wenn dies nicht bewusst geschieht. Wie sie gemacht und hervorgebracht werden, und wie sie uns quälen oder erfreuen, ist nicht allein eine Frage der individuellen Psyche. Emotionen sind soziale Phänomene, ihre Hervorbringung und Aneignung ist erlernt und kulturspezifisch geprägt. Sie sind so gesehen Teil von Emotionskulturen, die ihrerseits gesellschaftlichem Wandel unterliegen. Die Soziologin Eva Illouz beschreibt das so:

„Emotionen sind also weit davon entfernt, präsozial oder präkulturell zu sein; in ihnen sind vielmehr kulturelle Bedeutungen und soziale Beziehungen auf untrennbare Weise miteinander verflochten, und gerade diese Verflechtung ist es, die ihnen das Vermögen verleiht, Handeln mit Energie aufzuladen. Emotionen besitzen diese

„Energie“ aufgrund der Tatsache, dass sie stets das Selbst und seine Beziehung zu kulturell situierten anderen betreffen“ (10/11).

„Emotionen sind gewiss eine psychologische Entität, aber sie sind ebenso und vielleicht sogar noch stärker kulturelle und soziale Entitäten“ (11).

Auch der Sprachwissenschaftler Georg Albert (2019) betrachtet „Gefühle und Gefühlsausdruck als diskursive, soziale, kulturelle und historisch wandelbare Phänomene“ (24). Transformationen und Wandel gesellschaftlicher Emotionskulturen sind insbesondere mit der weitreichenden Digitalisierung unseres Lebensalltags zu beobachten, bei der lernende Maschinen, Anwendungen der Künstlichen Intelligenz (KI) wie auch andere Formen der technischen Assistenz und automatisierten, technisierten Kommunikation zunehmend ihren Platz im Alltagsgeschehen finden. Beispiele wie Alexa oder Siri als weithin bekannte sprachliche Assistenzsysteme, Dating-Apps wie Tinder oder Parship, aber auch automatisch generierte Textnachrichten, sog. Bots, oder künstlich eingespeiste „Autor:innen“, sog. Trolle, die teils nur noch schwer von von Menschenhand geschriebenen Nachrichten und echten Personen unterscheidbar sind, und ihre Deutungsmacht im Netz etwa bei Shitstorms entfalten, bringen eine andere Dynamik hervor und werfen Fragen von Emotionen und Emotionalisierung – auch unter politischen Gesichtspunkten – neu auf.

Wenn Emotionen „maschinell“ durch Bots provoziert werden und wenn Nähe nicht nur in zwischenmenschlichen Beziehungen, sondern auch im Umgang mit „Maschinen“ im weitesten Sinn hergestellt wird, etwa wenn wir das Navi wegen ungenauer Wegbeschreibung verbal zurecht-

* Der Beitrag geht auf eine Digital Lecture mit gleichnamigem Titel zurück, die ich anlässlich der Aktionswoche des Zentrums für Medien und Interaktivität (ZMI) zum Thema *Digitaler Habitus* im November 2020 in Gießen gehalten habe (<https://www.youtube.com/watch?v=Ax-TiWumdyhA>). Gleichzeitig stützt er sich auf gemeinsame Denkanstrengungen und Vorträge mit Dr. Jutta Hergenhan, Politikwissenschaftlerin und wissenschaftliche Geschäftsführerin am ZMI.

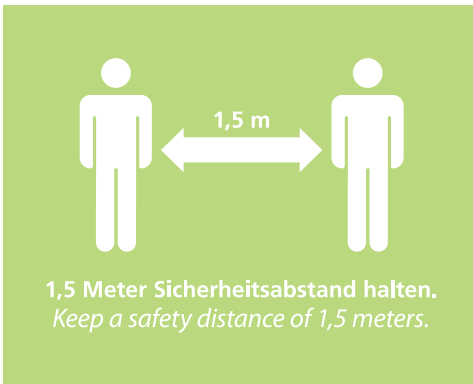


Abb. 1: Corona-Abstandsregeln
 (Quelle: www.dortmund-airport.de/corona-infos/am-flughafen/)

stutzen, dann lässt sich allgemein danach fragen, ob und in welcher Weise Konzepte wie emotionale Nähe und Distanz, Öffentlichkeit und Privatheit neu verhandelt werden, wenn bestimmte Anwendungen massenhaft in Erscheinung treten. Dies interessiert mich im Folgenden nicht als Psychologin, die ich nicht bin, sondern als Sprachwissenschaftlerin mit einem Interesse an (der Veränderung von) kommunikativen Praktiken. „Emotionskultur“, wie sie hier als Begriff schon mehrfach gefallen ist, lässt sich dabei mit Hauser et al. (2019) als ein Phänomen verstehen, das sich „durch eine intensivierte, aber z.T. auch qualitativ neuartige Ausgestaltung von emotional geprägten und emotional prägenden Praktiken auszeichnet“ (11).

Dass es sich bei Fragen von Emotion und sich (medial-technisch) verändernden Emotionskulturen um ein interdisziplinär ausgerichtetes Thema handelt, liegt auf der Hand. Bevor dies näher gerahmt wird, noch eine kurze pandemische Zwischenbemerkung: Nähe und Distanz als soziale Konzepte, die das Miteinander von Menschen über Abstandsregeln, Gesten der Höflichkeit und Vertrautheit, Berührungen etc. quasi-automatisch organisieren, weil sie mit dem Aufwachsen erworben und nur bei Störungen in Frage gestellt werden, sind kulturspezifisch geprägt, d.h. Abstand, Begrüßungs- und Berührungsrituale unterliegen unterschiedlichen Normen. Mit der weltweiten Pandemie und daran gebundenen Abstands- und Hygieneregeln sind

sehr viele Üblichkeiten zwischenmenschlicher Begegnung (zwischenzeitlich) aufgelöst und zugunsten von „1,5 Meter Mindestabstand“ vereinheitlicht und standardisiert worden.

Gleichzeitig erzeugen digitale Begegnungsräume wie Videokonferenzen, die Arbeitstreffen, Vorträge und Diskussionen seit geraumer Zeit dominieren, ebenfalls eine andere Wahrnehmung von Nähe und Distanz. Sie prägen unsere Wahrnehmung anders. Kolleg:innen, die meilenweit in anderen Städten im Homeoffice sitzen, erscheinen sehr nah, wenn man gleich neben ihnen in der Kachel sitzt. Auch Sprechstunden mit Studierenden oder kleinere Gruppentreffen können eine neue Form der Intimität erzeugen, weil der Bildschirm alle(s) auf einer kleinen Fläche zusammenrückt und das Geschehen auf die Größe des jeweiligen Bildschirms und auf spezifische Ausschnitte des Körpers begrenzt. Der physisch nicht mehr geteilte Raum tritt (als potentielle Ablenkung oder Entlastung) in den Hintergrund. Und wer jemals erlebt hat, wie ein Kollege oder eine Kollegin in ihrer Kachel bei einer kontroversen Diskussion austrastet und mit einem Klick auf den „Leave Meeting“-Button von einer Sekunde auf die andere vom Bildschirm und aus der Diskussion verschwindet, wird merken, wie wenig vorbereitet man auf emotionale Ausbrüche im digitalen Livestream ist, und wie hilflos es eine/n zurücklassen kann, wenn jede Möglichkeit zu reagieren wegfällt – und sich die Kacheln mit dem Verlassen einer Person einfach neu auf der Fläche anordnen. Welche emotionalen Folgen diese pandemische Neujustierung von analoger und digitaler Nähe und Distanz hat, wissen wir (vermutlich) noch nicht. Aber sie sind mit Blick auf den Beitrag eine interessante Facette des Themas, die uns ganz unfreiwillig beschäftigt.

Digitale Emotionskulturen – Interdisziplinäre Forschungsfragen

Wenn Emotionen, wie skizziert, *gemacht* sind, ausgelöst, hervorgebracht und durch Praktiken geprägt werden, und wenn mit Blick auf die Technisierung und Digitalisierung nahezu aller Handlungskontexte auch die Aushandlung und (menschliche) Interaktion in einem grundlegenden

den Sinn betroffen ist, dann gilt das Interesse im Folgenden der Frage, ob und in welcher Weise die Interaktion mit Maschinen und Künstlicher Intelligenz kommunikative Praktiken verschiebt und neue, medienspezifische Emotionskulturen hervorbringt, die – so viel zum Titel des Beitrags – vielleicht auch das Verhältnis von Nähe und Distanz verändern.

Was passiert, wenn digital ausgerichtete, lernende (Assistenz-)Systeme dauerverfügbar werden und dabei in den kommunikativen und emotionalen Haushalt einsickern?

Wie verändern sich kommunikative Praktiken, wenn – bewusst oder unbewusst – eine Maschine/ein Algorithmus dazwischen geschaltet ist oder (lernende) Maschinen selbst zu Interaktionspartner:innen werden?

Mit den Fragen ist eine interdisziplinäre Forschung angestoßen. Das Thema berührt psychologisch-neurowissenschaftliche, philosophisch-ethische, sprachlich-kommunikative, soziologische und politische Aspekte wie auch kulturwissenschaftliche und genderbezogene Fragestellungen. Ebenso haben Informatik und KI-Forschung unter Stichworten wie „Emotionale KI“ oder „affective Computing“ solche Fragen aufgenommen. Aus linguistischer Perspektive sind Emotion, Emotionalisierung und Emotionskulturen ein relevantes Thema, dem sich die Computerlinguistik und die Medienlinguistik unterschiedlich nähern.

In der Computerlinguistik sind vor allem Fragen der Automatisierung von Textproduktion und -rezeption relevant, etwa die Kommunikation mit Bots, also automatisch generierten Textnachrichten auf Grundlage von KI, die häufig nicht als Bots erkennbar sind, weil sie so gut und an so vielen Daten (Big Data) trainiert sind, dass sie sprachliche Eigenschaften bis in die feinsten stilistischen Verästelungen verkörpern.

„Sprachtheoretisch wie sprachhistorisch heikel ist der Umstand, dass menschliches Sprachverhalten von Robotern zukünftig fortschreitend täuschend ‚echt‘ syntheti-

siert und im Web ‚auf ewig‘ gespeichert wird. Wenn ‚geklonte‘ Sprache fast ununterscheidbar neben die von ‚realen Menschen‘ verwendete Sprache tritt, welche Folgen hat das theoretisch wie empirisch für unser Verständnis von Sprachwandel?“

(Antos 2017, 398)

In der Medienlinguistik sind Emotion und Emotionalisierung unter der Perspektive neu entstehender kommunikativer Praxen und der Herausbildung neuer Emotionskulturen relevant. Das umfasst ganz allgemein veränderte Praktiken der Kommunikation und des interaktiven Aushandelns durch Formate wie Facebook, Twitter, Instagram, etc. Dabei ist zuletzt vor allem das Problem einer ungezügelter Kommentierungs- und Bewertungspraxis bzw. Emotionalisierungspraxis im Netz in den Blick gerückt. Insbesondere in politischen Diskursen ist in den letzten Jahren eine kommunikative Praxis mit teils extremen Ausbrüchen und Entgleisungen wie auch verbalen (Gewalt-)Exzessen entstanden. *Shitstorm*, *Hatespeech*, *Sprachverrohung* etc. sind die Stichworte, unter denen in jüngster Zeit an verschiedenen Stellen diskutiert wird, was die sprachlich-kommunikative *Emotionalisierung* in den Medien, v.a. im Netz, bewirkt und wie sie auf Haltungen, Meinungen und Handlungen in der Gesellschaft zurückschlägt (Lobin 2021). Dies ist besonders da virulent, wo mediale Häme und Verbalattacken nicht im medialen Diskurs verbleiben, sondern handlungssteuernd werden und im Zusammenhang mit „echten“, „analogen“ Taten stehen, mit rassistischen und sexistischen Übergriffen, Morddrohungen und tatsächlichen Morden. Emotionalisierung in sozialen und durch soziale Medien gekennzeichnet damit einen Phänomenbereich, der zunehmend die Aufmerksamkeit öffentlicher und wissenschaftlicher Debatten erfährt und Gegenstand der Untersuchung von Mediendiskursen und Mediensprache ist (vgl. Hauser/Luginbühl/Tienken 2019).

In den entsprechenden linguistischen Arbeiten geht es vor allem um Fragen der medienspezi-



Abb. 2a, b: Werbung für Alexa (Quelle: www.amazon.de/alexa [Stand: Nov. 2020])

fischen Ausformung, Darstellung und Aus- handlung von Emotionen und dem Hervorbringen spezifischer Emotionskulturen in ausge- wählten Diskursen. Das heißt es geht um Aus- handlungsprozesse unter (meist) realen Per- sonen. Mich interessiert im Folgenden stärker die Frage, wie es ist, wenn intelligente Mas- chinen unsere kommunikativen Praktiken, Wahr- nehmungen und emotionalen Befindlichkeiten mitsteuern. Zugespitzt gefragt: Was passiert, wenn die Kommunikation nicht (ausschließlich) unter Personen stattfindet, sondern wenn auf unterschiedliche Weise und in unterschiedlicher Ausprägung eine Maschine dazwischen ge- schaltet ist oder – im Extremfall – wenn eine Ma- schine zum Interaktionspartner wird (vgl. We- ber-Guskar 2019)? Fragen wie diese lassen sich

nicht ohne weiteres beant- worten, weil Effekte eher in Langzeitstudien und ethno- grafischen Studien zu Nut- zungspraktiken beobacht- bar werden. Sie liegen nur vereinzelt vor. Ich möchte im Folgenden am Beispiel des sprachlichen Assistenz- systems Alexa skizzieren, wie Veränderungen greif- bar werden und uns zum Nachdenken über neu ent- stehende Gefühlswelten und Emotionskulturen an- regen können.

„Stets bereit“ – Alexa

Sprachliche Assistenzsys- teme wie Alexa (Amazon) oder Siri (Apple) sind gute Beispiele für die Integration von Maschinen in den Le- bensalltag. Sie sind als Er- leichterung für – oft lästige – Aufgaben im Alltag ge- dacht, so etwa als Erinne- rungsstütze („Alexa, was steht in meinem Kalen- der?“), als Entlastung von wiederkehrenden Aufga-

ben („Alexa, bestelle Kaffee nach“) (vgl. Abb. 2), als Handlangerin für tägliche Aktivitäten („Alexa, mach’ den Fernseher an“) oder – wie etwa auch bei Siri – als Suchdienst bei ein- fachen oder komplexeren Aufgaben des Erken- nens und Findens von Informationen („Welches Musikstück läuft gerade?“, „Wie buchstabiert man Calamares?“, „Wer ist in den NBA- Playoffs?“).

Wie viele andere Anwendungen auch, lernen diese Dienstleistungsmaschinen. Sie können mit Wünschen und Befehlen gefüttert und trainiert werden, Algorithmen in Kombination mit künstlicher Intelligenz sorgen dafür, dass sich diese Assistenzsysteme zunehmend an die indi- viduellen Bedürfnisse und Besonderheiten ihrer Nutzer anpassen. Der Preis für diese Individua-

„Alexa, sing ein Liebeslied.“

Zu den Angeboten

fire tv stick 39,99€ 24,99€	echo dot 59,99€ 39,99€	echoshow 89,99€ 69,99€
---------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

Abb. 3: Werbung für verschiedene Ausgabemedien von Alexa.

(Quelle: www.amazon.de/alexa [Stand: Nov. 2020])

lisierung ist vergleichsweise hoch. Die Daten, die damit zugleich erhoben werden und an die Konzerne zurückfließen, bilden sozusagen das Kapital der weithin als Marktführer bekannten Betreiber wie Amazon oder Apple. Inwiefern die Nutzung von Alexa im Haushalt emotionale Effekte hat oder Veränderungen in der Beziehungsgestaltung nach sich zieht, ist schwer zu ermesen. Dauerpräsenz und Dauerverfügbarkeit des Assistenzsystems im häuslichen Umfeld erhöhen zumindest den Anteil der direkten verbalen Kommunikation mit einer Maschine und den Anteil der dafür typischen Sprechakte: nämlich Aufforderungen und Befehle bzw. Anschmauen und Anschreien, wenn Befehle nicht korrekt ausgeführt werden. Letzteres ist zumindest aus dem Umgang mit Navigationsgeräten bekannt, wobei – dies nur nebenbei – nach bisherigem Kenntnisstand vor allem weibliche Stimmen beim Einrichten der Geräte gewählt werden.

Die Art, wie Alexa beworben und dabei durch alltägliche Szenen im Haus (Küche, Wohnzimmer, Büro etc.) gebildet wird, macht den Status ihrer Allgegenwärtigkeit und Dauerverfügbarkeit in der häuslichen Umgebung überdeutlich. Entsprechend wird das Produkt z.B. damit beworben, dass es überall im Haus genutzt werden kann; ein entsprechender Slogan von Amazon lautet: „Echo dot. Alexa in jedem Raum“. Geworben wird außerdem damit, dass das System ständig einsatzbereit ist:

Stets bereit.
Machen Sie sich das Leben zuhause leicht.
Verwenden Sie Ihre Stimme, um Timer zu

stellen, Listen zu führen oder Kalendereinträge und Erinnerungen zu erstellen. Hören Sie die Nachrichten, den Wetterbericht oder Verkehrsinformationen. Fragen Sie nach Sportergebnissen, dem Kinoprogramm, Öffnungszeiten von Restaurants und vielen weiteren Informationen.

Quelle: www.amazon.de/alexa (Stand: Nov. 2020)

Das Spektrum der Dienstleistungen, das das Assistenzsystem Alexa bedient, hat eine große Reichweite. Darunter fallen neben den gerade aufgezählten Services auch „emotionale Dienstleistungen“, wie ich sie hier etwas provisorisch nennen möchte. Bereits die Aufforderung aus dem Titel dieses Beitrags „Alexa, sing ein Liebeslied“ – ein Slogan, mit dem Amazon zwischenzeitlich für Alexa auf der Startseite geworben hat – lässt sich als schwache Variante einer solchen emotionalen Dienstleistung verstehen. Alexa wird in diesem Fall nicht aufgefordert, ein bestimmtes Stück zu spielen, sondern sie wird ermächtigt, „eigenständig“, und das heißt aus einer großen Menge potentiell verfügbarer Stücke des Genres zu wählen und dem/der Nutzer:in damit potentiell auch immer neue Angebote zu machen. Anders als das gezielte Abfragen von Informationen werden dem System hier Entscheidungen überlassen. Sie führen – neben dem durch Alexa verfügbaren Spektrum an Liebesliedern (deren Sichtung aus anderen Gründen interessant wäre) – potentiell zu weiteren Kaufangeboten und Käuferprofilen.



Abb. 4: Emotionale Zusatz-Services für Alexa, sog. „Skills“. (Quelle: www.amazon.de/alexa [Stand: Nov. 2020])

Emotionale Zusatzservices – Alexas Skills

Aber Alexa kann in Sachen Gefühle und Emotionalisierung weit mehr als nur Liebeslieder auszuwählen. Bei Alexa lassen sich spezifische Dienstleistungen, die über das Standardrepertoire des Assistenzsystems hinausgehen, dazu kaufen. Diese Dienstleistungen nennen sich bei Alexa vielsagend „Skills“. Schon mit dieser Bezeichnung wird das Assistenzsystem, das über den Namen Alexa und die weibliche Stimme bereits menschliche Charakterzüge trägt, weiter vermenschlicht. Nicht Dienstleistungen oder Services stehen sprachlich im Vordergrund, sondern „Skills“, Fähigkeiten, die der Maschine das Potential des Lernens und Entwickelns bereits durch die Bezeichnung einschreiben. Zwei dieser Skills sollen kurz betrachtet werden. Es handelt sich um die Skills „Kosennamen“ und „Runde Mitleid“, deren Icons in Abb. 4 abgebildet werden:

Allein die Gestaltung der Icons für Skills ist mit Blick auf die Symbolisierung von Emotionen interessant. Das Icon des Skills „Gib mir einen Kosennamen“ zeigt eine Umarmungsszene, die grafisch stilisiert Intimität und Zugewandtheit ausstrahlt, ebenso verweist das Icon „Runde Mitleid“, das auch eine Umarmungsszene zeigt, auf emotionale Nähe zwischen den Beteiligten, wengleich es sich in beiden Fällen nur um Personen-Icons und nicht um eine fotorealistische Abbildung echter Personen handelt. Die ökonomische Verwertungslogik zeigt sich darin, dass zwischen emotionalem Inhalt des Skills (Kosennamen, Mitleid) und seiner ökonomischen Verfügbarkeit ein enger, auch visueller Zusammenhang hergestellt wird. Direkt

unter dem Namen des Skills steht der Hersteller der spezifischen Applikation: „von Zimmermanns Internet & PR-Beratung“, darunter befindet sich die amazon-typische Bewertung über Sterne und Zahl der Nutzerkommentare zu der App (4 Sterne, 336 Bewertungen) wie auch der Hinweis, dass die Anwendung „In Skill-Käufe verfügbar“ ist. Die Beschreibung zum Skill „Kosennamen“ ist ebenfalls aufschlussreich:

Alexa gibt Dir einen von über 200 Kosennamen. Die Deutsche Sprache ist mannigfaltig und täglich werden neue Wörter von ihren Anwendern geschaffen. In diesem Skill werden über 200 beliebte Kosennamen verwendet. Wenn Du den Skill startest gibt er Dir einen davon. Natürlich kannst Du ihn immer wieder neu starten und so einen weiteren Kosennamen entdecken. Übrigens, auch Du kannst jetzt Kosennamen und Komplimente zurückgeben. Der Skill kann obendrein auch noch über 20 unterschiedliche Liebeserklärungen abgeben, allerdings muss er dann etwas mehr über dich wissen.

(Beschreibung des Skills „Gib mir einen Kosennamen“, Quelle: www.amazon.de/alexa [Stand: Nov. 2020])

Neben der Möglichkeit, von Alexa einen Kosennamen zu erhalten, wird hier auch die Möglichkeit der Interaktion beworben: Kosennamen und Komplimente können auch an das Assistenzsystem „zurückgegeben“ werden. Die Idee der Imitation von Nähe und Intimität durch die Personalisierung und Individualisierung der

wechselseitigen Ansprache (wählbar aus über 200 Kosenamen) wird durch einen zusätzlichen Service ausdifferenziert mit dem Hinweis, dass der Skill „auch noch über 20 unterschiedliche Liebeserklärungen abgeben kann“. Die Nutzung dieser Möglichkeit beinhaltet allerdings ein Tauschgeschäft: Der/die Nutzer:in muss mehr von sich preisgeben, damit der Skill adäquat und adressatenspezifisch reagieren kann („allerdings muss er dann etwas mehr über dich wissen“). Das für Amazon kostbarste Gut – Nutzerdaten – bestimmt als Währung also die Tiefe und Variation emotionaler Dienstleistungen.

Auch der Skill „Runde Mitleid“ treibt die Idee eines in den Alltag integrierten medialen Emotionsmanagements in interessanter Weise auf die Spitze. Auch hier wird adressatenspezifisch wählbar, ob sich das Mitleid auf einen selbst oder eine andere Person beziehen soll. Die Beschreibung zum Skill lautet folgendermaßen (die Rechtschreibfehler sind im Original).

Beschreibung

Dir oder einem Liebling geht es gerade nicht sehr gut? Dann Frage Alexa! Sie hat bestimmt auch etwas Mitleid für euch über.

Für dich: Alexa, starte Runde Mitleid

Für eine andere Person: z. B. „Alexa, frage Runde Mitleid nach Mitleid für Max“.

„Max“ kann mit einem beliebigen Vornamen ausgetauscht werden.

Bei diesen speziellen Dienstleistungen, die man – je nach Gefühlslage – einzeln dazu kaufen kann, wird im Prinzip kein Hehl mehr daraus gemacht, dass Gefühle und emotionale Befindlichkeiten bzw. Möglichkeiten der Entlastung von emotional fordernden Situationen nicht singular oder im engeren Sinn individuell, sondern beliebig reproduzierbar, technisch assistierbar und sozial überformt sind. So heißt es dann auch folgerichtig: „„Max‘ kann durch jeden beliebigen Namen ersetzt werden“.

Mit welcher Intensität solche Anwendungen genutzt werden, ist vielleicht grob anhand von Verkaufszahlen zu ermesen. In welcher Weise,

in welchen Situationen sie hingegen genutzt werden und welche Spuren die Nutzung in der Kommunikationspraxis und im eigenen Emotionsmanagement hinterlässt, ist schwerer zu ermesen. Folgt man der Beschreibung des Soziologen Andreas Reckwitz (2017), dass die in einer Gesellschaft dominante Technologie entscheidend prägt, wie „gehandelt und gefühlt, wie produziert, geherrscht, kommuniziert und imaginiert wird“ (225), dann ist anzunehmen, dass Anwendungen wie Alexa als dauerpräsen-te stimmliche Begleiter die Wahrnehmung und Kommunikation im Alltag umgestalten. Was bedeutet es für Alleinwohnende, Paare und andere Konstellationen in häuslichen Umgebungen, wenn neben die eigene Präsenz und die der anderen die (Dauer-)Präsenz eines maschinell gesteuerten stimmlichen Systems tritt? Wie gehen Nutzer:innen mit kommunikativen Störungen um, etwa wenn Alexa nicht adäquat auf Sprachbefehle reagiert? Vielleicht auch: Was bedeutet diese Präsenz und Verfügbarkeit im Aufwachsen von Kindern?

Alexa ist ein gutes Beispiel für die hybride Gestalt, in der uns lernende Maschinen im Alltag begegnen können: Emotionalisierung wird im Falle von Alexa und auch Siri durch die stimmliche Präsenz des Assistenzsystems verkörpert, wobei das Ausgabemedium selbst unscheinbar bleibt. Die Orientierung an weiblichen Stimmen und weiblicher Verkörperung ist dabei in westlichen Kulturen dominant, die andere Formen der Standardisierung und Geschlechterstereotype aufrufen:

„Als ich in Japan unterwegs war, habe ich gesehen, dass die dortigen Care-Roboter und KIs genderneutrale Namen tragen. Oft sind es humanoide Roboter mit einer kindlichen Gestalt, sodass man nicht auf das Geschlecht schließen kann. Das war ein Aha-Moment für mich. Bis dahin kannte ich nur Siri von Apple und Cortana von Microsoft oder Sophia von Hanson Robotics, die alle weiblich markiert sind und einen westlichen Namen tragen. Auch die meisten Navigeräte haben eine weibliche Stimme, während KIs in der Medizin oder im juristischen Bereich männlich gedacht werden – eine geschlechtliche Arbeitsteilung wie vor fünfzig Jahren.“ (Rolle vorwärts: Sexismus De-Kodier-

ren. Interview mit Olivia Hyunsin Kim, In: Missy Magazin 4/2019, 24)

Andere Beispiele für veränderte Emotionskulturen, die hier nur noch angedeutet werden können, betreffen ganz grundlegend die Anbahnung von menschlichen Beziehungen über mediale Formate. Soziale Medien wie Facebook, Instagram und Twitter erzeugen eigene Logiken der Vernetzung und Interaktion und der emotionalen Regulierung. Dazu zählt auch das Online-Daten als weit verbreitete Praxis der Gestaltung von Sex- und Liebesbeziehungen. Dating-Apps verdeutlichen auf eindrückliche Weise die Ökonomisierung intimer Beziehungen über Algorithmen. Slogans wie „Alle 11 Minuten verliebt sich ein Single über Parship“ wie auch entsprechende Test- und Gütesiegel auf den Plattformen liefern eine Art emotionales Qualitätsmanagement, das eng mit neu geprägten sprachlich-kommunikativen Praktiken verknüpft ist: Dem „Swipen“, „Matchen“ oder „Ghosten“ etc.

Schließlich verbinden sich mit der Erweiterung des Kommunikations- und Interaktionsspektrums über maschinelle Anwendungen noch ganz andere Perspektiven der Wahrnehmung, des Lernens, des Trauerns und Erinnerns als emotionale Erfahrung – deren wissenschaftliche Erkundung und Reflexion noch ganz am Anfang steht. Das gilt auf sehr eindrückliche Weise für das Projekt „Digitale Zeugenschaft“ der Shoah Foundation. In dem Wissen, dass in den nächsten Jahren alle Holocaust-Überlebenden verstorben sein werden, wurden videografierte Gespräche mit ihnen in Form von Hologrammen aufbereitet. Sie werden in Museen, Schulen und anderen Lern- und Erinnerungsorten eingesetzt und sollen insbesondere jungen Menschen einen anderen, interaktiven Zugang und ein „un-

mittelbares“ Wahrnehmen und Verstehen durch die direkte Kommunikation mit Hologrammen ermöglichen. Dabei lässt sich u.a. beobachten, wie sich Menschen in der Begegnung mit diesen Hologrammen, wenngleich sie wissen, dass sie es mit maschinellen Projektionen zu tun haben, vor den Hologrammen verneigen und damit ihren Respekt zum Ausdruck bringen – auch dies ist unter dem Gesichtspunkt von Nähe und Distanz eine aufschlussreiche Beobachtung.

Literatur:

- Albert, Georg (2019): „Lassen nicht ausreden, hören nicht zu, unsachlich, emotional. ... Wahnsinnig schlecht, ich möchte abschalten!!! ‚Emotion‘ und ‚emotional‘ in Wissenschaftssprache und Alltagsdiskurs.“ In: Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin/Tienken, Susanne (Hrsg.) (2019): Mediale Emotionskulturen. Berlin, u.a.: Peter Lang, 19–37.
- Antos, Gerd (2017): Wenn Roboter „mitreden“ ... Brauchen wir eine Disruptions-Forschung in der Linguistik? In: ZGL 45(3): 359–385.
- Burns, David D. (2011): Feeling Good: Depressionen überwinden, Selbstachtung gewinnen. Paderborn: Junfermann (3. Auflage).
- Feldman Barrett, Lisa (2017): „How Emotions are made. The secret life of the brain“. Boston/New York: Houghton Mifflin Harcourt.
- Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin/Tienken, Susanne (2019): Mediale Emotionskulturen. Einführende Bemerkungen. In: dies (Hrsg.): Mediale Emotionskulturen. Berlin, u.a.: Peter Lang, 9–17.
- Illouz, Eva (2012): Gefühle in Zeiten des Kapitalismus: Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2004. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Lobin, Henning (2021): Sprachkampf: Wie die Neue Rechte die deutsche Sprache instrumentalisiert. Berlin: Duden.
- Reckwitz, Andreas (2017): Die Gesellschaft der Singularitäten. Berlin: Suhrkamp.
- Weber-Guskar, Eva (2020): Emotionale Maschinen. In: Philosophie Magazin Nr. 1/2020, 36–43.

Kontakt:

Katrin.Lehnen@germanistik.uni-giessen.de