

Moral Economy Confidence Game



Celia Martín

David Dagn

Silke Meyer

Aliza Shvarts

Almost Comatose

Surprise Mechanics und
andere Überraschungen.
Über Videospiele und
Mikrotransaktionen.

The Moral Economy
of Thrift

The Con

6

14

22

32

"May there be
enough clouds in
your life to make
a beautiful sunset."

For your reference, here the photo of a waterproof 160 degree lens LED Lattice light bar.

"I find that the
harder I work,
the more luck I
seem to have." :-)

Here writing to update the new item of single LED Module, 2.5W, 220Lm, DC 6-24V,
available in non-waterproof and waterproof, optional lens 8°75°, 140°, 30°, 90°.

Merry Christmas
The Christmas and
once again. We w
for the upcoming
you and your fami
rous New Year. Ma
and good cheer th
year! Wish your Ch
Merry Xmas. It's my
my duty is to give y
service. Hope the n
year for both of us!
Last but not least, o
products in the follo
to contact us, which
MERRY CHRISTMAS

"The madman jumped into their midst and pierced them with his eyes. 'Whither is God?' he cried; 'I will tell you. We have killed him—you and I. All of us are his murderers.'" Nietzsche wrote 1882 in *The Joyful Wisdom*. The concept of the enlightened subject was supposed to offer redemption from dependence on a God-given morality, from a self-image as being controlled by instinct and designed to increase pleasure—a subject which had to be restrained, because it was not possible for it to develop morality from within itself (and together with others). Discarding the need for guidance promised the subject individual freedom, provided it uses its mind and takes personal responsibility. This subject now lives in ludocapitalist societies in which personal freedom is limited to the ability to choose between different types of consumption. It thus becomes a consumer citizen that decides what to consume and considers the decision as an act of self-responsibility. But the illusionary character of the rational, autonomous subject seems to grow ever clearer in the glittering paradise of pleasurable sounds. We find ourselves in a world of Polly Pocket, playing in a self-determined and enlightened way on prepared paths, with possible practices and suggested self-images that can even appear in the form of a fox-human-hybrid. Write me back if you would like to know more details ;-)

Moral Economy Confidence Game begins with a warm and cozy escape from gravity and leads into an endless loop into which we pay to stay. In the oasis of thrill outlined by Celia Martín, Variable Ratio Schedule in UX design patterns increase the hope for the next reward. The loot box just needs to be found and paid for with crystals, of whose value the players portrayed by David Dagn have long since lost precise knowledge. How control slips away and the debt trap opens up is shown by Silke Meyer examining a German TV soap, demonstrating how personal failure can be made amends for by acquiring middle-class thrift skills. The efficacy of institutional cooling is then also subject of Aliza Shvarts' reflections on confidence games in contemporary societies. The con, however, is not only recognized in false promises, but rather in the resistance against them: In the form of illegitimate, inconsistent ways of existing outside of a time being the measure of the paid hour.

Moral Economy Confidence Game appears in dialogue with the group exhibition *Terms and Conditions*, which took place at *For* from 16.12.2023 to 10.02.2024 with Cyril Tyrone Hübscher, Thomas Julier, Judith Kakon, Teo Petruzzi, Amalia Ulman.

Valerie Keller, Matthias Liechti

„Der tolle Mensch sprang mitten unter sie und durchbohrte sie mit seinen Blicken: ‚Wohin ist Gott?‘ rief er, ‚ich will es euch sagen! Wir haben ihn getötet, – ihr und ich! Wir alle sind seine Mörder!‘“; schrieb Nietzsche 1882 in *Die fröhliche Wissenschaft*. Die Idee des aufgeklärten Subjekts sollte Erlösung bieten von der Abhängigkeit einer gottgegebenen Moral, von einem Selbstbild als triebgesteuertes, auf Vermehrung von Lust angelegtes Wesen, das es zu zügeln galt, denn es war ihm nicht möglich, aus sich selbst heraus (und zusammen mit anderen) eine Moral zu entwickeln. Das Ablegen der Notwendigkeit einer Führung versprach dem Subjekt Freiheit, sofern es selbst den Geist gebraucht und Verantwortung übernimmt. Dieses Subjekt lebt heute in ludokapitalistischen Gesellschaften, in denen sich die Freiheit auf die Wahlmöglichkeit zwischen verschiedenen Arten des Konsums beschränkt. Es wird zum Consumer Citizen, das selbst entscheidet, was es konsumiert, und diese Entscheidung als selbstverantwortliches Handeln versteht. Doch der illusionäre Charakter des rational-autonomen Subjekts scheint im Glitzerparadies lustvoller Klänge immer deutlicher zu werden. Wir befinden uns in einer Welt von Polly Pocket, spielen selbstbestimmt und aufgeklärt auf vorbereiteten Wegen und angebotenen Selbstbildern, die auch mal die Form eines Fuchs-Mensch-Hybrides annehmen können. Write me back if you would like to know more details ;-)

Moral Economy Confidence Game beginnt mit einem wohligen warmen Ausweg aus der Schwerkraft und führt hinein in eine Endloschleife, in die wir einzahlen, um zu bleiben. In der von Celia Martín skizzierten Erlebniswelt und Wohlfühloase steigern variable Quotenpläne im UX-Design bereits die Hoffnung auf die nächste Belohnung. Die Lootbox muss nur noch gefunden und mit Kristallen beglichen werden, über dessen Wert die von David Dagn porträtierten Spieler*innen die genaue Kenntnis längst verloren haben. Wie Kontrolle entgleitet und die Schuldenfalle sich öffnet, zeigt Silke Meyer mit einem Blick in die deutsche TV-Doku-Soap *Raus aus den Schulden*, in der demonstriert wird, wie im Erlangen von mittelständischer Sparsamkeitskompetenz persönliches Versagen wiedergutmacht werden kann. Die Effektivität von institutionellem Kühlen erhitzter Gemüter ist schliesslich auch Gegenstand von Aliza Shvarts' Ausführungen zur Hochstapelei gegenwärtiger Gesellschaften. Den Akt des Betrugs findet sie allerdings nicht nur in falschen Versprechungen, sondern gerade auch im Widerstand gegen sie: In der Form von illegitimen, inkonsistenten Daseinsformen ausserhalb von einer Zeit, die das Mass der bezahlten Stunde ist.

Moral Economy Confidence Game erscheint im Dialog mit der Ausstellung *Terms and Conditions*, die von 16.12.2023 bis 10.02.2024 im *For* stattfand mit Cyril Tyrone Hübscher, Thomas Julier, Judith Kakon, Teo Petruzzi, Amalia Ulman.

Valerie Keller, Matthias Liechti

Almost Comatose

Beinahe komatös

Celia Martín

6

Ich habe schon wieder meine Haltestelle verpasst. Ich bin an einer Reihe von Behauptungen hängen-geblieben: Ein junger Designer stellt Bilder seiner Arbeit neben Kampagnenbilder eines grossen Modehauses. Sie sind sich so ähnlich, sagt er, zoom rein und *sieh mal*. Ich zoomere rein, ich sehe. Die Realität stürzt stumpf auf mich ein. Ich sehe meine Haltestelle vorbeiziehen, und plötzlich ist der Bus zu heiss, mein Ober- teil zu eng, meine Knie drohen zu brechen. Das Telefon wiegt schwer, als ich mit ihm in der einen und meiner Tasche in der anderen Hand die Treppe herunterstolpere. Die Realität ist feindselig und abweisend. Es sind die Menschen, die sich an dich drängen, während du auf einen schmalen Bürgersteig stürmst, es ist das Unbehagen, die Verschmutzung und der Dreck. Diese anfängliche Frustration über die Realität wird bald von einer selbstgerichteten abgelöst. Während mein Interesse an den Auswirkungen einer Mode-Abzocke schwindet, fühle ich mich, als sei mir etwas weggenommen worden, und als sei dieses Etwas nicht sehr wertvoll gewesen; ein Taschendiebstahlsopfer, das nur Kleingeld bei sich hatte.

Das Internet wird von werbegesteuerten Märkten beherrscht, die auf Interaktion optimiert sind, sodass meine Erfahrung keineswegs einzigartig ist. Ein direkter Zusammenhang, der offensichtlich und weithin bekannt ist, besteht darin, dass je mehr wir uns auf einer Plattform bewegen, desto mehr Geld können die Macher*innen aus ihren Werbekund*innen herauspressen, und je mehr Geld das Unternehmen hat, desto besser kann es seine Plattform gestalten, und so weiter und so fort – Nutzer*innen, die von diesem Ouroboros verschlungen und nie ausgeschieden werden. Wenn, wie David Foster Wallace es ausdrückt, eine Epiphanie dazu führen kann, dass wir Illusionen, die von einem jahrelangen Festhalten feucht und ranzig

I've missed my stop, again. I got caught up pulling a thread of claims: a young designer placing images of his work alongside campaign stills from a big fashion house. They are so similar, he says, zoom in and see. I zoom in, I see. Reality drops blunt into me. I see my stop pass by and suddenly the bus is too hot, my top too tight, my knees verge on cracking. The phone weighs heavy as I fumble down the stairs holding it in one hand and my bag in the other. Reality is hostile and unwelcoming. It's people pressing against you while you rush out onto a narrow sidewalk, it's discomfort, pollution and grit. This initial frustration with reality is soon overtaken by a self-directed kind. As my interest in the ramifications of a fashion rip-off dissipates, I feel as if something has been taken from me and as if that something wasn't very valuable; a pick-pocketing victim that only carried loose change. The Internet is dominated by ad-driven markets optimised for engagement, making my experience hardly unique. A direct correlation, obvious and widely known, is that the more we engage with a platform, the more money its creators can justify squeezing out of their advertisers, and the more money the company has, the better it can make its platform, and so on and so on—users digested by this Ouroboros and never excreted. If, in David Foster Wallace's words, an epiphany can make one "release[s] illusions gone moist and rank from a grip of years' duration" and "become[s], for good or ill, a citizen of reality" the purpose of Social Networks is to turn its users nomadic, entirely suspended not only from reality but also from time.

Platforms flood us with so much content that the possibility of an epiphany becomes negligible. We consume more information than ever before. We see more art, more attractive people, more feats of human strength than we ever thought possible, and instead of turning our gaze back to reality with a newly found lust for life we do so with a vague malaise. In the early scenes of the 1979 movie *Arrebato (Rapture)*, a seminal cult movie from the counterculture that emerged in Spain after the Francoist dictatorship—a haunted-looking Pedro (Will More), acting as the archetypal Magician, tests the people he meets by providing them with a special object that, in the words of the film's director "condenses a whole series of things that have shaped them." By staring at these objects—mementos from their childhood—the protagonists spend hours focused, enraptured. Enabling and maximizing human connections is the on-paper goal of social media. This enrapturement, this curbing of the possibility of an epiphany, is its commercial goal and what drives product design. A suspended existence, a drug-like droning of the real through the utter vastness of digital oceans where waves and waves of content ebb and flow uninterrupted. In the words of Umberto Eco: "an excess of information provokes amnesia."

7

geworden sind, befreien und auf Gedeih und Verderb Bürger*innen der Realität werden, dann besteht der Zweck von sozialen Netzwerken darin, ihre Nutzer*innen zu Nomad*innen zu machen, die nicht nur von der Realität, sondern auch von der Zeit völlig losgelöst sind.

Die Plattformen überfluten uns mit so vielen Inhalten, dass es kaum noch die Möglichkeit einer Epiphanie gibt. Wir konsumieren mehr Informationen als je zuvor. Wir sehen mehr Kunst, mehr attraktive Menschen, mehr menschliche Kraftakte als wir je für möglich gehalten hätten, und statt den Blick mit neu gefundener Lebenslust auf die Realität zu richten, tun wir dies mit einem vagen Unbehagen. In den ersten Szenen des Films *Arrebato* (span.: Verzückung) aus dem Jahr 1979, ein bahnbrechender Kultfilm der Gegenkultur, die in Spanien nach der franquistischen Diktatur aufkam, testet ein geisterhaft aussehender Pedro (Will More) als archetypischer Magier die Menschen, die er trifft, indem er ihnen einen besonderen Gegenstand gibt, der, wie

der Regisseur des Films sagt, „eine ganze Reihe von Dingen verdichtet, die sie geprägt haben“. Durch das Anstarren dieser Gegenstände – Erinnerungstücke aus ihrer Kindheit – bleiben die Protagonist*innen stundenlang konzentriert und entrückt. Die Ermöglichung und Maximierung menschlicher Beziehungen ist das erklärte Ziel der sozialen Medien. Diese Entrückung, diese Eindämmung der Möglichkeit einer Epiphanie, ist ihr kommerzielles Ziel und der Antrieb für das Produktdesign. Ein Leben in der Schwebel, ein drogenähnliches Dröhnen des Realen durch die unendlichen Weiten des digitalen Ozeans, in dem ohne Unterbrechung eine Welle von Inhalten nach der anderen wogt. Um mit Umberto Eco zu sprechen: „Ein Übermass an Information provoziert Amnesie.“

Die Art und Weise, wie diese Mechanismen der Entrückung zustande kommen, ist zweifach: erstens durch die Optimierung der Benutzer*innenfreundlichkeit jeder Plattform, so dass die Navigation nahtlos ist und es keine Wartezeiten gibt; zweitens durch das, was B. F. Skinner als „variable Quotenplan“-Verstärkungen bezeichnet. Ein variabler Quotenplan erzeugt eine Belohnung für eine bestimmte Eingabe,

8

The way these mechanisms of enrapturement come into being are twofold: firstly, through the optimisation of every platform's ease of use, making navigation seamless and waiting times non-existent; secondly, through what B. F. Skinner called "Variable Ratio" reinforcements. A Variable Ratio Schedule produces a reward for a given input, but does so in an unpredictable manner. Users hold on to the reward system, feeding it input after input. Hope, as opposed to direct correlation, produces the longest and most involved user interactions. Given the sheer amount of content we consume, this is hardly a conscious effort from social media giants, but instead a result of the normalisation of all that we see. Taking Instagram as an example, if we start scrolling through its reels for any amount of time we'll be inadvertently comparing what we see with what we've already seen in the days and weeks and months prior. We've seen enough to know what's normal, or dull, or a copy of other earlier more popular videos. And so, rarer is the chance of coming across a video that we find genuinely funny or thought-provoking but when we do, reenergized, what is there to do but keep scrolling in the hopes of finding another oasis of *thrill* in a desert of *entertainment*.

Skinner found slot machines to be a prime example of the Variable Ratio Schedule. It's such a clear-cut case that studies of gamblers' habits rarely escape the grip of behaviouralist analysis. These unpredictable rewards trigger compulsion, but by themselves are not enough to explain the levels of addiction we see on display in any modern casino. Just like with social media platforms, everything around the experience of gambling is designed to suspend the user's sense of reality, keeping them in what Natasha Dow Schüll calls the "zone." In her book *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas* she defines this "zone" or "machine zone" as a trancelike state in which our worries, lines of thought, even our sense of self dissipates. Schüll states that machine gamblers play to extend their time in the zone; they win to keep playing. The gamblers that Schüll interviews are not oblivious to the Skinnerian conditionings they're subjected to. Not only that, but in what Schüll calls an "asymmetric collusion" they willingly contribute to changes that will increase the speed and complexity of slot machines and that will, therefore, both result in more profits for the casino and a more enrapturing zone for them.

The combination of Skinnerian conditioning plus UX (User Experience) design patterns, from the way the phone reacts to our touch to the seamless responses our inputs produce, might trigger our disconnection with reality, but both of these elements gravitate around the center that is content itself or, in the case of personalised curations, the algorithm. The algorithm, commonspeak for a sophisticated system of custom recommendations, has become a



aber auf unvorhersehbare Weise. Die Nutzer*innen halten an dem Belohnungssystem fest und füttern es mit Input nach Input. Im Gegensatz zur direkten Korrelation erzeugt Hoffnung die längsten und intensivsten Interaktionen. Angesichts der schier Menge an Inhalten, die wir konsumieren, ist dies kaum eine bewusste Anstrengung der Social-Media-Giganten, sondern vielmehr ein Ergebnis der Normalisierung all dessen, was wir sehen. Nehmen wir Instagram als Beispiel: Wenn wir anfangen, für eine gewisse Zeit durch die Videos zu scrollen, vergleichen wir unwillkürlich das, was wir sehen, mit dem, was wir in den Tagen, Wochen und Monaten zuvor bereits gesehen haben. Wir haben genug gesehen, um zu wissen, was normal, langweilig oder eine Kopie anderer, beliebterer Videos ist. Und so ist die Chance, auf ein Video zu stossen, das wir wirklich lustig finden oder das uns zum Nachdenken anregt, geringer, aber wenn es geschieht, bleibt uns, neu belebt, nichts anderes übrig als weiter zu scrollen, in der Hoffnung, in der Wüste der *Unterhaltung* eine weitere Oase des *Nervenkitzels* zu finden.

Für Skinner waren Spielautomaten ein Paradebeispiel für den variablen Quotenplan. Dieser Fall ist so eindeutig, dass Studien über die Gewohnheiten von Glücksspielenden nur selten dem Einfluss der behavioristischen Analyse entgehen. Diese unvorhersehbaren Belohnungen lösen einen Zwang aus, aber sie allein reichen nicht aus, um das Ausmass der Sucht zu erklären, das wir in jedem modernen Casino beobachten können. Genau wie bei Social-Media-Plattformen ist alles, was mit dem Glücksspiel zu tun hat, darauf ausgelegt, den Realitätssinn der Nutzer*innen auszuschalten und sie in dem zu halten was Natasha Dow Schüll die „Zone“ nennt. In ihrem Buch *Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas* definiert sie diese *zone* oder *machine zone* als einen tranceartigen Zustand, in dem sich unsere Sorgen, Gedankengänge und sogar unser Selbstverständnis auflösen. Schüll stellt fest, dass Automatenspieler*innen spielen, um ihre Zeit in der Zone zu verlängern; sie gewinnen, um weiter zu spielen. Die von Schüll befragten Glücksspieler*innen sind sich der Skinnerschen Konditionierung, der sie ausgesetzt sind, durchaus bewusst. Und nicht nur das: In einer, wie Schüll es nennt, „asymmetrischen Kollusion“ tragen sie bereitwillig zu Veränderungen bei, die die Geschwindigkeit und Komplexität der Spielautomaten erhöhen und damit sowohl zu mehr Gewinn für das Casino als auch zu einer noch entrückteren Zone für sie führen.

Die Kombination aus Skinnerscher Konditionierung und UX (User Experience)-Design, von der Art und Weise, wie das Telefon auf unsere Berührungen reagiert, bis hin zu nahtlosen Antworten, die unsere Eingaben hervorrufen, könnte unsere Entkopplung von der Realität auslösen, aber beide Elemente kreisen um das Zentrum, das den Inhalt selbst darstellt oder, im Fall der personalisierten Kuratation, den Algorithmus. Der Algorithmus, eine gängige Bezeichnung für ein ausgeklügeltes System individueller Empfehlungen, ist in den letzten Jahren zu einem allgegenwärtigen Begriff geworden. Ähnlich wie die fesselnden Objekte aus dem Film *Arrebato* erhalten Nutzer*innen nie dieselben Empfehlungen wie andere, da diese Empfehlungsalgorithmen aus dem Brunnen unserer gelebten Erfahrung schöpfen. In diesem Fall sowohl aus Handlungen, die wir bewusst ausführen – unsere Likes,

this settling further and further into our "revealed preferences"—be it through exhaustion, comfort, or true enjoyment—allows platforms to configure our taste in the name of user satisfaction. Zuboff critiques the commodification of user data that results of this phenomenon.

ubiquitous term in the past years. Much like the captivating objects from the movie *Rapture*, no user will get the same recommendations as any other, since these recommendation algorithms draw from the well of our lived experience. In this case, both from actions we knowingly perform—our likes, comments, shares and screenshots—and some we ignore—the speed at which we scroll, whether we go back to see something we missed, how long we linger over a certain image or video—. Reed Hastings speaks candidly about his choice to switch Netflix's algorithmic decisions from user-provided data (via ratings) to data obtained directly from the user's habits:

“Everyone would rate *Schindler's List* five stars and then they would rate Adam Sandler's *The Do-Over* three stars. But, in fact, when you looked at what they watched, it was almost always Adam Sandler. When we rate and we're metacognitive about quality, that's our aspirational self. And it works so much better to please people to look at the actual choices that they make, their revealed preferences by how much they enjoy simple pleasures.”

This echoes the stupefying mechanisms of the casino, designed to give way to mindless compulsions.

Techniques such as Netflix's exemplify what Shoshana Zuboff calls "Surveillance Capitalism" in her eponymous book. Users lose the ability to opt in or out; if we ever wish to become more like the aspirational versions of ourselves we can't do it through intention, only through repetitive action. Companies build predictive profiles that we, as slot machine users did before us, contribute towards maintaining. This quiet acceptance of our recommendations,

9

By treating our data as raw material, she explains, companies can export and sell these prediction models to third parties. She paints a bleak picture, teetering the line of dystopia while making a compelling point against the behavioural forces that pave our virtual paths.

While being far from a Silicon Valley dreamer of Utopia, I do not wish to become an apocalyptic thinker. I've built enduring relationships through social media platforms. I've discovered lots of art and engaged with stories that I would have otherwise been blind to, as is the case for most people born in the past three generations. And, of course, not all social media platforms are the same, but it is quite telling that the ones whose popularity has skyrocketed in the past few years are the ones that have adapted to more dynamic forms of content consumption. Even rapture can, at times, act as a safe haven—"a happy place to flee in times of need," to quote Giorgio De Maria—. But it's hard not to see the echoes of the machine zone in our languid scrolls down a digital infinite. After all, both the casino and the social media platform could be seen as examples of Julian Dibbell's idea of „ludocapitalism“: economical models based on the consumption of games or entertainment. In their complete control of the space around the experience, casinos can be seen as the dystopian extreme of the ludocapitalist dream. Social media giants have made some attempts at increased digital immersion—here's looking at the Metaverse—but only demonstrated that there is, in fact, a limit for how much of their physical spaces users will cede to the digital.

Despite this tentative to a critical acceptance, Zuboff and Schüll's warnings are blinking flares in my peripheral vision. It is increasingly important—as more content is generated, as recommendation algorithms get sharper and platform design gets smarter—to take ahold of ourselves, to not let the doomsscrolling daze envelop us to the point of becoming the grotesque, coarse image of ourselves that our online habits make us to be. When I want to deter myself from the losing-track-of-time variant of online experience, I now think of a viral video of a woman sitting in front of a slot machine. As the warm stream of piss trickles down her legs, reflecting the casino lights in a myriad of sparkles, she is suddenly relieved of her bodily functions and her spirit soars again amongst the cacophonous noise. She is cradled by the machine, meaning ceases to matter in this new and enhanced womb.

She is home.

Celia Martín writes about media and technology, weaving in references from art, philosophy, and her own experience as a Software Developer.

Dies erinnert an die verblüffenden Mechanismen des Casinos, die darauf ausgerichtet sind, geistlosen Zwängen zu entsprechen. Techniken wie die von Netflix veranschaulichen, was Shoshana Zuboff in ihrem gleichnamigen Buch als *Surveillance Capitalism* bezeichnet. Die Nutzer*innen verlieren die Möglichkeit, sich für oder gegen etwas zu entscheiden; sollten wir je beschliessen, mehr wie die angestrebten Versionen unseres Selbst zu werden, können wir das nicht durch Absicht erreichen, sondern nur durch wiederholte Handlungen. Unternehmen erstellen prädikative Profile, zu deren Aufrechterhaltung wir, wie die Nutzer*innen von Spielautomaten vor uns, beitragen. Diese stillschweigende Akzeptanz unserer Empfehlungen, dieses Einleben in unsere „offengelegten Vorlieben“ – sei es aus Erschöpfung, Bequemlichkeit oder echtem Vergnügen – ermöglicht es den Plattformen, unseren Geschmack im Namen der Nutzer*innenzufriedenheit zu konfigurieren. Zuboff kritisiert die Kommodifizierung von Nutzer*innendaten, die aus diesem Phänomen resultiert. Indem sie unsere Daten als Rohmaterial behandeln, erklärt sie, können Unternehmen diese Vorhersagemodelle exportieren und an Dritte verkaufen. Sie zeichnet ein düsteres Bild, das sich an der Grenze zur Dystopie bewegt und hält gleichzeitig ein überzeugendes Plädoyer gegen die behavioristischen Kräfte, die unsere virtuellen Wege ebnet.

Kommentare, Shares und Screenshots – als auch aus solchen, die wir ignorieren – die Geschwindigkeit, mit der wir scrollen, ob wir zurückgehen, um etwas zu sehen, das wir verpasst haben, wie lange wir bei einem bestimmten Bild oder Video verweilen –. Reed Hastings (Netflix) spricht offen über seinen Entschluss, die algorithmischen Entscheidungen von den von Nutzer*innen bereitgestellten Daten (über Bewertungen) auf Daten umzustellen, die direkt aus den Gewohnheiten der Nutzer*innen stammen:

„Alle würden 'Schindlers Liste' mit fünf Sternen bewerten und dann Adam Sandler's 'The Do-Over' mit drei Sternen. Aber wenn man sich ansieht, was sie gesehen haben, war es fast immer Adam Sandler. Wenn wir Bewertungen abgeben und uns über die Qualität Gedanken machen, dann ist das unser Anspruch an uns selbst. Und es funktioniert so viel besser, Menschen zu gefallen, wenn man sich die tatsächlichen Entscheidungen ansieht, die sie treffen, ihre offenkundigen Vorlieben, wie sehr sie einfache Dinge geniessen.“

Dies erinnert an die verblüffenden Mechanismen des Casinos, die darauf ausgerichtet sind, geistlosen Zwängen zu entsprechen.

Techniken wie die von Netflix veranschaulichen, was Shoshana Zuboff in ihrem gleichnamigen Buch als *Surveillance Capitalism* bezeichnet. Die Nutzer*innen verlieren die Möglichkeit, sich für oder gegen etwas zu entscheiden; sollten wir je beschliessen, mehr wie die angestrebten Versionen unseres Selbst zu werden, können wir das nicht durch Absicht erreichen, sondern nur durch wiederholte Handlungen. Unternehmen erstellen prädikative Profile, zu deren Aufrechterhaltung wir, wie die Nutzer*innen von Spielautomaten vor uns, beitragen. Diese stillschweigende Akzeptanz unserer Empfehlungen, dieses Einleben in unsere „offengelegten Vorlieben“ – sei es aus Erschöpfung, Bequemlichkeit oder echtem Vergnügen – ermöglicht es den Plattformen, unseren Geschmack im Namen der Nutzer*innenzufriedenheit zu konfigurieren. Zuboff kritisiert die Kommodifizierung von Nutzer*innendaten, die aus diesem Phänomen resultiert. Indem sie unsere Daten als Rohmaterial behandeln, erklärt sie, können Unternehmen diese Vorhersagemodelle exportieren und an Dritte verkaufen. Sie zeichnet ein düsteres Bild, das sich an der Grenze zur Dystopie bewegt und hält gleichzeitig ein überzeugendes Plädoyer gegen die behavioristischen Kräfte, die unsere virtuellen Wege ebnet.

Obgleich ich weit davon entfernt bin, eine Silicon-Valley-Träumerin von Utopia zu sein, möchte ich keine apokalyptische Denkerin werden. Ich habe über Social-Media-Plattformen dauerhafte Beziehungen aufgebaut. Ich habe viel Kunst entdeckt und mich mit Geschichten beschäftigt, für die ich ansonsten blind gewesen wäre, so wie die meisten Menschen, die in den letzten drei Generationen geboren wurden. Natürlich sind nicht alle Social-Media-Plattformen gleich, aber es ist bezeichnend, dass diejenigen, deren Beliebtheit in den letzten Jahren sprunghaft angestiegen ist, sich an dynamischere Formen des Inhaltskonsums angepasst haben. Sogar die Entrückung kann manchmal als sicherer Hafen dienen – „ein glücklicher Ort, an den man sich in Zeiten der Not flüchten kann“, um Giorgio De Maria zu zitieren. Dennoch ist es schwer, in unserem trägen Scrollen durch die digitale Unendlichkeit keine Anklänge an die Maschinenzone zu erkennen. Schliesslich könnten sowohl das Casino als auch die Social-Media-Plattform als Beispiele für Julian Dibbells Idee des „Ludokapitalismus“ gesehen werden: Wirtschaftsmodelle, die auf dem Konsum von Spielen oder Unterhaltung basieren. Mit ihrer vollständigen Kontrolle über den Erlebnisraum können Casinos als dystopisches Extrem des ludokapitalistischen Traums angesehen werden. Die Giganten der sozialen Medien haben einige Versuche unternommen, die digitale Immersion zu verstärken – etwa mit dem Metaverse –, haben aber nur gezeigt, dass es in der Tat eine Grenze dafür gibt, wie viel von ihrem physischen Raum die Nutzer*innen an das Digitale abtreten werden.

Trotz dieser zaghaften bis kritischen Akzeptanz sind die Warnungen von Zuboff und Schüll wie blinkende Fackeln in meinem peripheren Blickfeld. Je mehr Inhalte generiert werden, je schärfer die Empfehlungsalgorithmen werden und je intelligenter das Design der Plattformen wird, desto wichtiger wird es, uns selbst in den Griff zu bekommen und uns nicht von dem doomsrollenden Dämmerzustand so weit einhüllen zu lassen, dass wir zu dem grotesken, groben Inbild unserer selbst werden, zu dem uns unsere Online-Gewohnheiten machen. Wenn ich mich von der Zeitverlust-Variante der Online-Erfahrung abschrecken will, denke ich jetzt an ein virales Video, in dem eine Frau vor einem Spielautomaten sitzt. Während der warme Pissstrahl an ihren Beinen herunterrinnt und die Lichter des Casinos in unzähligen Funken reflektieren, ist sie plötzlich von ihren Körperfunktionen befreit und ihr Geist erhebt sich wieder inmitten des kakophonischen Lärms. Sie wird von der Maschine in den Arm genommen, und in dieser neuen, weiterentwickelten Gebärmutter gibt es keine Bedeutung mehr.

Sie ist zu Hause.

Celia Martín schreibt über Medien und Technologie, wobei sie vielfältige Bezüge zu Kunst, Philosophie und ihren eigenen Erfahrungen als Softwareentwicklerin herstellt.

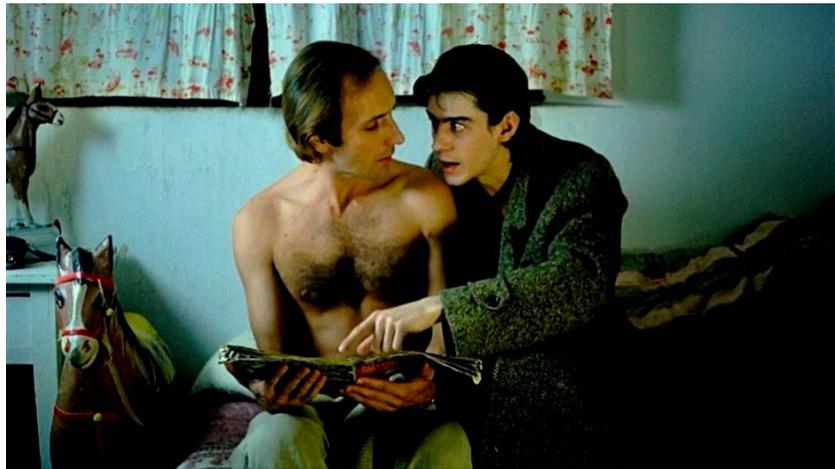


fig. 1-2: *Arrebato*, Iván Zulueta, Spain 1997.
Abb. 1-2: *Arrebato*, Iván Zulueta, Spanien 1997.



fig. 3-4: *Rapture*, 2023: *Women peeing while playing slot machines in Las Vegas* #vegas #caesarshotel:
<https://www.youtube.com/watch?v=b51sexHFplg>
Abb. 3-4: *Verzückung*, 2023: *Women peeing while playing slot machines in Las Vegas* #vegas #caesarshotel:
<https://www.youtube.com/watch?v=b51sexHFplg>

Surprise Mechanics und andere Überraschungen. Über Videospiele und Mikrotransaktionen.

Surprise mechanics and other surprises. About video games and microtransactions.

David Dagn

„But it’s all horse shite. And it all stinks as such. [...] It’s all equally garbage and people get tired of hearing about it. I know you’re tired of hearing about it. I’m goddamn fucking exhausted talking about it.”¹

Diese Aussage von Stephanie Sterling (YouTube-Channel: *Jim Sterling*) strotzt von Wut, Unzufriedenheit und Verzweiflung. Aber was genau kritisiert Sterling hier? Es sind die Geschäftsmethoden der Video-spielindustrie – hier etwa die Mikrotransaktionen bei *Star Wars Battlefront II* (2017). Der Begriff Mikrotransaktion kann in Bezug auf Videospiele vieles bedeuten: Den Kauf eines Items, einer Lootbox (virtuelle Kisten mit zufälligem Inhalt, worin beispielsweise eine ersehnte Spielfigur zum Vorschein kommt, oder eben auch nicht) oder auch eine grössere Spielerweiterung. Es handelt sich um zusätzliche Spiel-inhalte, die nicht Teil des Grundspiels sind, sondern separat gekauft werden müssen.

“But it’s all horse shite. And it all stinks as such. [...] It’s all equally garbage and people get tired of hearing about it. I know you’re tired of hearing about it. I’m goddamn fucking exhausted talking about it.”¹

This statement by Stephanie Sterling (YouTube channel: *Jim Sterling*) is brimming with anger, dissatisfaction and desperation. But what exactly is Sterling criticizing here? It’s the business methods of the video game industry—in this case, the microtransactions in *Star Wars Battlefront II* (2017). The term microtransaction can mean a lot of things in relation to video games: the purchase of an item, a loot box (virtual boxes containing random items, in which, for example, a longed-for game character may or may not appear) or even a major game expansion. These are additional game contents that are not part of the basic game but have to be purchased separately.



Abb 1: Das Burger-Meme zeigt, wie sich die Videospiele aus Sicht der Spielenden verändert haben. (Quelle: Kain, Erik: Video Games Should Be More Expensive. In: Forbes, 24.04.2015.)

Ihren Anfang nahmen die Mikrotransaktionen mit den Spielkonsolen der siebten Konsolengeneration – *Xbox 360* (2005) und *Playstation 3* (2006). Diese waren mit einem Internetanschluss und einer Festplatte versehen. Das ermöglichte zwei Entwicklungen, die noch bis heute einen zentralen Stellenwert in der Videospielindustrie einnehmen: Die



fig. 1: The burger meme shows how video games have changed from the players' point of view. (Source: Kain, Erik: Video Games Should Be More Expensive. In: Forbes, April 24, 2015.)

Microtransactions began with the game consoles of the seventh console generation—*Xbox 360* (2005) and *PlayStation 3* (2006). These were equipped with an Internet connection and a hard disk. This enabled two developments that still play a central role in the video games industry today: The connection to the Internet provided the basis required to play multiplayer games online—something that was previously only possible on a computer. At the same time, it paved the way for entire video games or additional game content to be sold



digitally.² One of the most spectacular microtransactions from this period was the so-called *Horse Armor Pack* for *The Elder Scrolls IV: Oblivion* (2006), which caused a sensation within the gaming community at the time.³ Players could buy armor for their horse for a few extra euros. Nowadays, this microtransaction would only be laughed at, as more and more game content has been offered via microtransactions over time.

According to the publisher, offering these microtransactions is necessary to cover production costs without increasing the price of the original game. This argument is often contradicted by gamers – including Sterling.⁴ Although microtransactions are often met with resistance from gamers, they are still very profitable and are now generating a large proportion of sales. This is precisely why the video game industry is increasingly relying on the so-called game-as-a-service model, in which video games are repeatedly provided with new game content. This means that players play the same video game for longer and spend more money. True to the motto: time is money!

The buying process can be facilitated by the correct implementation of microtransactions. According to economist Nenad Tomić, two things need to be kept in mind: Firstly, the purchase should be as simple as possible and not interrupt the game process, and secondly, buying the additional game content should feel as little like spending actual money as possible.⁵ In his opinion, this can be achieved quite simply by implementing a purchasable in-game currency (*premium currency*) that can be used to buy virtual goods in the in-game store. The presentation and function of the various in-game currencies clearly communicates to players which one is really valuable. *Crafting Parts* and *Credits* can be earned and sparkling *Crystals* can be purchased in *Star Wars Battlefront II*. What is not clearly communicated, however, but is obscured by a confusing number of different in-game currencies and various offers for free

16

Anbindung ans Internet lieferte die benötigte Grundlage, um online Multiplayer-Spiele zu spielen – etwas, das bisher nur am Computer möglich war. Gleichzeitig wurde damit der Weg geebnet, um ganze Videospiele oder zusätzliche Spielinhalte digital zu verkaufen.² Eine der aufsehenerregendsten Mikrotransaktion aus dieser Zeit stellt das sogenannte *Horse Armor Pack* für *The Elder Scrolls IV: Oblivion* (2006) dar, welches damals für Furore innerhalb der Gaming-Community sorgte.³ Für ein paar zusätzliche Euro konnten die Spielenden eine Rüstung fürs Pferd kaufen. Heutzutage würde diese Mikrotransaktion nur mehr belächelt werden, da im Laufe der Zeit immer mehr Spielinhalte via Mikrotransaktionen angeboten wurden.

Das Anbieten dieser Mikrotransaktionen sei laut Publisher notwendig, um die Produktionskosten decken zu können, ohne den Preis des Grundspiels zu erhöhen. Dieser Argumentation wird von Seiten der Spielenden oft widersprochen – so auch von Sterling.⁴ Obwohl Mikrotransaktionen oft auf Widerstand von Seiten der Spielenden stossen, so sind sie dennoch sehr profitabel und generieren mittlerweile einen Grossteil des Umsatzes. Genau deshalb setzt die Videospieleindustrie immer mehr auf das sogenannte Game-as-a-Service-Modell, bei dem Videospiele immer wieder mit neuem Spielinhalt versehen werden. Dadurch spielen die Spielenden dasselbe Videospiel länger und geben auch mehr Geld aus. Frei nach dem Motto: Zeit ist Geld!

Der Kaufprozess kann dabei durch die richtige Implementierung der Mikrotransaktionen begünstigt werden. So müssen dem Ökonomen Nenad Tomić zufolge zwei Dinge beachtet werden: Zum einen sollte der Kauf so einfach wie möglich sein und dabei nicht den Spielprozess unterbrechen, zum anderen sollte sich der Kauf des zusätzlichen Spielinhalts so wenig wie möglich wie das Ausgeben von echtem Geld anfühlen.⁵ Dies kann seines Erachtens ganz einfach durch die Implementierung einer erkaufbaren In-Game-Währung (*premium currency*) erreicht werden, mit der im In-Game-Store die virtuellen Güter gekauft werden. Durch die Darstellung und Funktion der verschiedenen In-Game-Währungen wird den Spielenden dabei klar kommuniziert, welche wirklich wertvoll ist. So können bei *Star Wars Battlefront II* *Crafting Parts* und *Credits* erspielt und glänzende *Crystals* erkaufte werden. Was hingegen nicht klar kommuniziert wird, sondern durch eine teils unübersichtliche Menge an diversen In-Game-Währungen und unterschiedlichen Angeboten für kostenlose Zusatz-*Crystals* bei grösseren Paketen verschleiert wird, ist das Verhältnis zwischen der erkaufbaren In-Game-Währung und dem tatsächlich dafür ausgegebenen Geld. Der genaue Wechselkurs und somit der wahre Preis bleiben unklar.

additional *Crystals* for larger packages, is the relationship between the purchasable in-game currency and the money actually spent on it. The exact exchange rate and, therefore, the true price remain unclear.

The introduction of purchasable in-game currency enables the transfer of economic capital from our economic system to that of the game world or from the player's wallet to the publisher's account. It is important to note here that this is a one-way street: A transfer into the game world is possible, but not out of it. Especially in the case of multiplayer games, this can mean that it is not just skill that determines victory or defeat, but also the players' willingness/ability to pay. The level playing field and the associated equality of opportunity are, thus, eliminated. However, other factors—such as origin and economic capital—now also come into play here and influence the players and their progress within the video game. This business model is referred to as *Pay-To-Win*.

Terms and conditions: We accept them without reading them. Using *Star Wars Battlefront II* as an example, let us take a look at the deals that players enter into—sometimes without knowing it beforehand—and what they accept or reject. To do this, we put ourselves in the players' shoes: In various advertisements, we were promised epic battles in space. That is why we are now on our way to the nearest store. Once there, we pick up the video game in question. The packaging informs us that the game is rated 16+ according to the Pan European Game Information (PEGI) and that an internet connection is required. One thing we do not know when we buy the video game and the packaging fails to tell us is the fact that this video game contains loot boxes and that these are a central component of the game. In addition, the loot boxes can be purchased not only with the earnable in-game currency, but also with the purchasable in-game currency. As a result, players may incur additional costs or suffer a disadvantage if no additional money is invested. This led to a controversial discussion surrounding *Star Wars Battlefront II*, as a result of which, politicians also became aware of the loot boxes and began to discuss their gambling-like characteristics.⁶

The development of tangible microtransactions is an ongoing negotiation process between publishers and the gaming community. Players are constantly signaling which method is tolerable for them and which is not. A habituation effect is also taking place at the same time. The *Horse Armor Pack* mentioned above—which was still heavily criticized when it was introduced in the mid-2000s—would be widely accepted today as long as it does not provide an unfair advantage. Sterling summarizes this development in relation to *Star Wars Battlefront II* as follows:

nun auf dem Weg zum nächsten Geschäft. Dort angekommen nehmen wir das besagte Videospiel in die Hand. Die Verpackung informiert uns, dass das Spiel laut der *Pan European Game Information* (PEGI) ab 16 Jahren freigegeben und eine Internetverbindung notwendig ist. Was wir beim Kauf des Videospiels aber noch nicht wissen und uns die Verpackung auch nicht mitteilt, ist die Tatsache, dass dieses Videospiel Lootboxen enthält und diese ein zentraler Bestandteil des Spiels

17

sind. Zusätzlich können die Lootboxen nicht nur mit der erspielbaren, sondern auch mit der erkaufbaren In-Game-Währung gekauft werden. Das bedeutet, dass für die Spielenden zusätzliche Kosten anfallen können bzw. ein Nachteil entstehen kann, falls kein zusätzliches Geld investiert wird. Dies führte zu einer kontroversen Diskussion rund um *Star Wars Battlefront II*, infolgedessen auch Politiker*innen auf die Lootboxen aufmerksam wurden und begannen über deren Glückspielähnlichen Eigenschaften zu diskutieren.⁶

Die Entwicklung konkreter Mikrotransaktionen ist in fortlaufendem Aushandlungsprozess zwischen den Publisher und der Gaming-Community begriffen. Dabei signalisieren die Spielenden stets, welche Methode für sie tolerierbar ist und welche nicht. Gleichzeitig findet auch ein Gewöhnungseffekt statt. Das bereits genannte *Horse Armor Pack* – welches bei Einführung Mitte der 2000er noch stark kritisiert wurde – würde heutzutage grossteils akzeptiert werden, solange es keinen unfairen Vorteil mit sich bringt. Sterling fasst diese Entwicklung in Bezug auf *Star Wars Battlefront II* folgendermassen zusammen:

„So here we are now with a \$ 60 game. Well, a game that starts at \$ 60 for the shell experience. Offering its players on day one the opportunity to spend some more dollars and get an inherent gameplay advantage, before they've even started a fucking match. [...] I've been tempted to say: You know, it almost makes the loot boxes in [*Middle-earth: Shadow of War*] not look so bad, because at least that's a single player game. But that plays right into this fuckhole of an industry's hands. [...] [A]s the industry continues to push the envelope, take the piss, as new scumbag games come out and then take the heat off of slightly less scumbag games—the circle of perpetual money making with no upper limit on the profit continues and gets worse.”⁷

Boycottversuche finden zwar statt, jedoch werden sie oftmals nicht ganz ernst genommen. Grund dafür ist, dass sich unter anderem 2009 eine Gruppe auf Steam zusammenschloss, um *Call of Duty: Modern Warfare 2* zu boykottieren. Es zeigte sich jedoch, dass der Grossteil der Gruppe das Spiel dennoch spielte.⁸ Trotzdem zeigt sich am Beispiel von *Star Wars Battlefront II*, dass die Spielenden als Konsument*innen eine Handlungsmacht besitzen und tatsächlich eine Veränderung bewirken können. Als Beispiel soll hier die Alterskennzeichnung dienen. Im Sommer 2018 kündigte PEGI an, dass die Warnhinweise auf dem Spielrücken um ein weiteres Icon ergänzt werden, die auf die Mikrotransaktionen verweisen soll. Das verwendete Symbol zeigt eine Hand, die eine Kreditkarte hält, und darunter stehen die Worte „Käufe im Spiel“. PEGI zufolge soll dieses Symbol auf Folgendes verweisen:

„The game offers players the opportunity to purchase digital goods or services with real currency. Such purchases include additional content (bonus levels, equipment, surprise items, music), as well as upgrades (e.g. to deactivate advertising), subscriptions, virtual coins or other forms of in-game currency.”⁹



The significance of the symbol was criticized for being too vague and not distinguishing between the purchase of items and the purchase of loot boxes. As a result, PEGI announced an additional notice in April 2020 to refer to loot boxes and other similar items. The labeling of video games is, therefore, important because—in Luhmann's sense¹⁰—it turns a danger into a risk and players can, therefore, decide whether they want to take the risk or not.

All these (micro-) transactions take place within the framework of an economic system over which a publisher has “total market control”¹¹: The publisher decides which goods are offered, what role they fulfill in the game world and at what price they are available. The publisher decides on the number of in-game currencies, their ratio to each other and, above all, the exchange rate between in-game currency and real money. The publisher also decides how long this economic system will exist. When asked whether loot boxes are a game of chance, publishers deny that they are.¹² That is true in and of itself. After all, while players in a casino have the chance to cash out and go home with a profit, video game publishers can shut down the servers at any time and leave players empty-handed.

David Dagn studied European Ethnology at the University of Innsbruck. His research topics are video game and net culture. He wrote his master's thesis on how video games are changing due to the implementation of microtransactions and how players argue against these changes.

„Das Spiel bietet den Spielern die Möglichkeit, digitale Waren oder Dienstleistungen mit echter Währung zu kaufen. Solche Käufe sind etwa zusätzliche Inhalte (Bonuslevels, Ausstattungen, Überraschungsgegenstände, Musik), aber auch Upgrades (z. B. zur Deaktivierung von Werbung), Abonnements, virtuelle Münzen oder andere Formen von Spielwährungen.“⁹

An der Bedeutung des Symbols wurde kritisiert, dass die Definition zu vage ist und nicht zwischen dem Kauf von Items und dem Kauf von Lootboxen unterschieden wird. Daraufhin kündigte PEGI im April 2020 einen zusätzlichen Hinweis an, welcher auf Lootboxen und Ähnliches verweisen soll. Die Kennzeichnung der Videospiele ist deshalb wichtig, da sie – im Luhmann'schen Sinne¹⁰ – aus einer Gefahr ein Risiko macht und die Spielenden somit entscheiden können, ob sie das Risiko eingehen wollen oder nicht.

All diese (Mikro-)Transaktionen finden im Rahmen eines Wirtschaftssystems statt, über das ein Publisher die komplette Kontrolle (*total market control*)¹¹ hat: Der Publisher entscheidet welche Ware angeboten wird, welche Rolle diese in der Spielwelt erfüllt und zu welchem Preis sie erhältlich ist. Der Publisher entscheidet über die Anzahl der In-Game-Währungen, deren Verhältnis zueinander und vor allem über den Wechselkurs zwischen In-Game-Währung und echtem Geld. Darüber hinaus entscheidet der Publisher, wie lange dieses Wirtschaftssystem existiert. Bei der Frage, ob es sich bei Lootboxen um Glücksspiel handelt, verneinen dies die Publisher.¹² Das stimmt an und für sich. Denn während im Casino die Chance besteht, dass die Spielenden sich auszahlen lassen und mit einem Profit nach Hause gehen, können die Publisher von Videospiele die Server jederzeit abschalten und die Spielenden leer ausgehen lassen.

David Dagn studierte Europäische Ethnologie an der Universität Innsbruck. Seine Forschungsschwerpunkte sind in der Videospiele- und Netzkultur zu verorten, so verfasste er auch seine Masterarbeit dazu, wie sich Videospiele durch die Implementierung von Mikrotransaktionen verändern und wie die Spielenden gegen diese Veränderungen argumentieren.





1 Sterling, James Stephanie: "Star Wars Battlefront 2: A Pay-To-Win Loot Box Bollock Hole," in: Jim Sterling, October 12, 2017. Online at: <https://youtu.be/XUfkGSbabSo> (accessed December 11, 2022).

2 Dmitri Williams foresaw these developments back in 2002. See: Williams, Dmitri 2002: "Structure and Competition in the U.S. Home Video Game Industry," in: The International Journal on Media Management, 4 (1): 49.

3 Cf. Williams, Mike: "The Harsh History Of Gaming Microtransactions: From Horse Armor to Loot Boxes," in: USGamer, October 11, 2017. Online at: <https://www.usgamer.net/articles/the-history-of-gaming-microtransactions-from-horse-armor-to-loot-boxes> (accessed October 20, 2019).

4 Cf. Sterling, James Stephanie: "The Sixty Dollar Myth (The Jimquisition)," in: Jim Sterling, October 9, 2017. Online at: <https://youtu.be/pHSs-o2vufPM> (accessed December 9, 2022).

5 Cf. Tomić, Nenad Zoran 2018: "Economic Model of Microtransactions in Video Games," in: Journal of Economic Science Research, 1 (1): 19–20.

6 Electronic Arts also had to make a statement to the House of Commons in the United Kingdom. Kerry Hopkins tried to defend the loot boxes and described them as "surprise mechanics." See: Diaz, Ana: "EA calls its loot boxes 'surprise mechanics,' says they're used ethically," in: Polygon, June 21, 2019. Online at: <https://www.polygon.com/2019/6/21/18691760/ea-vp-loot-boxes-surprise-mechanics-ethical-enjoyable> (accessed January 7, 2024).

7 Sterling, James Stephanie: "Star Wars Battlefront 2: A Pay-To-Win Loot Box Bollock Hole," in: Jim Sterling, October 12, 2017. Online at: <https://youtu.be/XUfkGSbabSo> (accessed December 11, 2022).

8 Cf. Sterling, James Stephanie: "This is what the Modern Warfare 2 boycotters are playing," in: Destructoid, November 12, 2009. Online at: <https://www.destructoid.com/this-is-what-the-modern-warfare-2-boycotters-are-playing/> (accessed June 27, 2023).

9 Pan European Game Information: Was bedeuten die Symbole? Online at: <https://pegi.info/de/node/59> (accessed August 2, 2022).

10 According to Niklas Luhmann, the distinction between risk and danger is based on an attribution process, "it depends on by whom and how any damage is attributed. In the case of self-attribution, we are dealing with risks, in the case of external attribution, with dangers." See: Luhmann, Niklas 1993: "Risiko und Gefahr," in: Krohn, Wolfgang / Krücken, Georg (eds): Riskante Technologie: Reflexion und Regulation. Einführung in die sozialwissenschaftliche Risikoforschung. Frankfurt a. M.: 160.

11 Hart, Casey B. 2017: "Free-to-Play? Considering the Interaction of Functional Factors in Video Game Design Influencing the Economic Effectiveness of Microtransactions," in: Hart, Casey B. (ed.): The Evolution and Social Impact of Video Game Economics (= Studies in New Media, Vol. 9). Lanham u. a.: 68.

12 Cf. Schreier, Jason: "ESRB Says It Doesn't See 'Loot Boxes' As Gambling," in: Kotaku, October 11, 2017. Online at: <https://kotaku.com/esrb-says-it-doesnt-see-loot-boxes-as-gambling-1819363091> (accessed April 13, 2023).

1 Sterling, James Stephanie: "Star Wars Battlefront 2 A Pay-To-Win Loot Box Bollock Hole," in: Jim Sterling, 12.10.2017. Online unter: <https://youtu.be/XUfkGSbabSo> (Stand: 11.12.2022).

2 Diese Entwicklungen sah Dmitri Williams bereits im Jahr 2002 voraus. Siehe hierfür: Williams, Dmitri 2002: „Structure and Competition in the U.S. Home Video Game Industry“, in: The International Journal on Media Management, 4 (1): 49.

3 Vgl. Williams, Mike: „The Harsh History Of Gaming Microtransactions: From Horse Armor to Loot Boxes“, in: USGamer, 11.10.2017. Online unter: <https://www.usgamer.net/articles/the-history-of-gaming-microtransactions-from-horse-armor-to-loot-boxes> (Stand: 20.10.2019).

4 Vgl. Sterling, James Stephanie: „The Sixty Dollar Myth (The Jimquisition)“, in: Jim Sterling, 09.10.2017. Online unter: <https://youtu.be/pHSs-o2vufPM> (Stand: 09.12.2022).

5 Vgl. Tomić, Nenad Zoran 2018: „Economic Model of Microtransactions in Video Games“, in: Journal of Economic Science Research, 1 (1): 19–20.

6 So musste auch Electronic Arts vor dem House of Commons im Vereinigten Königreich Stellung nehmen. Dabei versuchte Kerry Hopkins die Lootboxen zu verteidigen und bezeichnete sie als surprise mechanics. Siehe hierfür: Diaz, Ana: „EA calls its loot boxes 'surprise mechanics,' says they're used ethically“, in: Polygon, 21.06.2019. Online unter: <https://www.polygon.com/2019/6/21/18691760/ea-vp-loot-boxes-surprise-mechanics-ethical-enjoyable> (Stand: 07.01.2024).

7 Sterling, James Stephanie: „Star Wars Battlefront 2: A Pay-To-Win Loot Box Bollock Hole“, in: Jim Sterling, 12.10.2017. Online unter: <https://youtu.be/XUfkGSbabSo> (Stand: 11.12.2022).

8 Vgl. Sterling, James Stephanie: „This is what the Modern Warfare 2 boycotters are playing“, in: Destructoid, 12.11.2009. Online unter: <https://www.destructoid.com/this-is-what-the-modern-warfare-2-boycotters-are-playing/> (Stand: 27.06.2023).

9 Pan European Game Information: Was bedeuten die Symbole? Online unter: <https://pegi.info/de/node/59> (Stand: 02.08.2022).

10 Niklas Luhmann zufolge liegt die Unterscheidung zwischen Risiko und Gefahr einem Attributionsvorgang zugrunde, „sie hängt also davon ab, von wem und wie etwaige Schäden zugerechnet werden. Im Falle von Selbstzurechnung handelt es sich um Risiken, im Falle von Fremdzurechnung um Gefahren.“ Siehe hierfür: Luhmann, Niklas 1993: „Risiko und Gefahr“, in: Krohn, Wolfgang; Krücken, Georg (Hg.); Riskante Technologie: Reflexion und Regulation. Einführung in die sozialwissenschaftliche Risikoforschung. Frankfurt a. M.: 160.

11 Hart, Casey B. 2017: „Free-to-Play? Considering the Interaction of Functional Factors in Video Game Design Influencing the Economic Effectiveness of Microtransactions“, in: Hart, Casey B. (Hg.): The Evolution and Social Impact of Video Game Economics (= Studies in New Media, Bd. 9). Lanham u. a.: 68.

12 Vgl. Schreier, Jason: "ESRB Says It Doesn't See 'Loot Boxes' As Gambling", in: Kotaku, 11.10.2017. Online unter: <https://kotaku.com/esrb-says-it-doesnt-see-loot-boxes-as-gambling-1819363091> (Stand: 13.04.2023).

The Moral Economy of Thrift

Die moralische Ökonomie der Sparsamkeit

Silke Meyer

22

Economic practices are social and cultural practices, and economic anthropology is mostly concerned with this hybrid form of interest. The notion of thrift is a perfect example of the nexus of economic decisions, social practices and moral orders: Thrift means economising “appropriately,” with an eye to social norms, situations, and interactions. In their seminal paper, Aneta Podlicka and Jason Potts describe thrift as “consuming wisely and resourcefully”¹ and emphasise the long-term perspective of mindful consumption and careful prosperity. The argument of appropriateness is so engaging that we almost forget to enquire: Who gets to decide what is appropriate, wise, and resourceful for whom (and what is not)? What are the historical and social specifics of mindful consumption and careful prosperity? Historically, the answer to these questions is the idea of the bourgeois. Thrift developed its moral gravity with industrialisation: Its social status started out as an entirely unremarkable quality of human life which turned into the signature feature of respectability and virtue within the middle classes during the rise of industries and capitalism.² With deep historical roots in middle-class values, thrift still achieves social viability by offering a sense of social positioning, acceptance, and belonging.

Thrift can best be identified when—at first sight—there is none, i.e. when spending and consumption turned into debts. Private debts and insolvency are social problems that have gained prominence in Germany since the 1990s. The changing economy and its effects on employment, the modification of the welfare system, alterations in consumer options and consumer behaviour (for example, credit cards, online shopping, and leasing offers), and, most of all, a new and more liberal credit policy by banks and department stores as well as the introduction of a subprime credit market in Germany led to financial crises not only in working-class, but also in middle-class households. In 1999, private debts made up 74 percent of the gross domestic product in Germany, higher than in the US (70 percent) and in the UK (72 percent).³ Social

Wirtschaftliche Praktiken sind sowohl sozialer als auch kultureller Natur. Wirtschaftsanthropologie betrachtet vor allem die hybride Form beider Ausrichtungen. Der Begriff der Sparsamkeit ist ein perfektes Beispiel für die Verflechtung wirtschaftlicher Entscheidungen, sozialer Praktiken und moralischer Ordnungen: Sparsamkeit bedeutet, „angemessen“ zu wirtschaften, mit Blick auf soziale Normen, Situationen und Interaktionen. In ihrem grundlegenden Aufsatz beschreiben Aneta Podlicka und Jason Potts Sparsamkeit als „consuming wisely and resourcefully [weise und im Hinblick auf Ressourcen konsumieren]“¹ und betonen dabei die langfristige Perspektive eines achtsamen Konsums und angemessenen Wohlstands. Das Argument der Angemessenheit ist so einnehmend, dass wir beinahe vergessen, nachzufragen: Wer darf eigentlich entscheiden, was für wen angemessen, klug und ressourcenreich ist (und was nicht)? Was sind die historischen und sozialen Besonderheiten von achtsamem Konsum und angemessenem Wohlstand? Historisch gesehen ist die Antwort auf diese Fragen das Konzept des Bürgertums. Sparsamkeit hat mit der Industrialisierung ihr moralisches Gewicht entwickelt: Ihre soziale Bedeutung begann als eine völlig unauffällige Eigenschaft des menschlichen Lebens, die sich mit dem Aufstieg der Industrie und des Kapitalismus zum Kennzeichen von Anstand und Tugend im Bürgertum entwickelte.² Sparsamkeit ist historisch tief in den Werten der Mittelschicht verankert und ist dennoch, da mit ihr auch heute noch ein Gefühl von sozialer Positionierung, Akzeptanz und Zugehörigkeit einhergeht, gesellschaftlich tragfähig.

Sparsamkeit lässt sich am besten dann erkennen, wenn auf den ersten Blick keine vorhanden ist, d.h. sobald aus Ausgaben und Konsum Schulden entstanden sind. Private Verschuldung und Insolvenz sind gesellschaftliche Probleme, die in Deutschland seit den 1990er Jahren an Bedeutung gewonnen haben. Der wirtschaftliche Wandel und seine Auswirkungen auf die Beschäftigung, der Umbau des Sozialsystems, veränderte Konsummöglichkeiten und verändertes Konsumverhalten (z.B. Kreditkarten, Online-Shopping, Leasingangebote) und vor allem eine neue, liberalere Kreditpolitik der Banken und Kaufhäuser sowie die Einführung eines Subprime-Kreditmarktes

23

and political pressure ran so high that the government introduced a new insolvency law. Since 1999, it is possible to declare private bankruptcy, which means that a “righteous debtor” (InsO §1, meaning a bona-fide citizen) can be discharged of residual debts after a period of good conduct. The entire proceedings usually last about three to six years (with four years being the current length of the period of good conduct). During the period of good conduct, debtors are liable to a series of restrictions and obligations like the duty to work or apply for work, to allow access to one’s financial affairs and to inform the credit counsellors about change of address and other matters.⁴

On top of these obligations, throughout the period of good conduct, it is necessary to practise, express, and even feel thrift in economic behaviour. Through specific thrift capabilities such as prudent house-keeping, bargain shopping, repairing, re-using, DIY, and gardening for self-sufficiency, the individual manages to participate in the world of consumption without spending too much money. At the same time, it complies with imperatives of sustainability, self-responsibility, subsistence, and ethical consumption. The thrifty subject thus achieves a positive way of self-positioning; thrift produces “a social payoff.”⁵ This payoff can be derived from expressions of frugality as well as from statements of class-based taste, of citizenship, of ethical consumption, or of political protest. The moral order of thrift implies “society’s ‘yeses’ and ‘nos’—that are not only embedded in its laws and governing institutions but are more or less internalized, so that they become ‘second nature’ to most of the people who constitute society.”⁶

Demonstrating thrift can therefore mend financial failures like debts. When debtors demonstrate an awareness of thrift, they show a recognition of a social norm and acknowledge its values of modesty, unpretentiousness, and simplicity. In the debt discourse, they thus take on a subject position of the “righteous debtor” leading a life of “good conduct.” This process to become a “righteous debtor” through thrift is basically the plot of the popular

in Deutschland führten zu Finanzkrisen nicht nur in Arbeiter*innen-, sondern auch in Mittelschicht Haushalten. 1999 betrug die private Verschuldung in Deutschland 74 Prozent des Bruttoinlandsprodukts und war damit höher als in den USA (70 Prozent) und in Grossbritannien (72 Prozent).³ Der gesellschaftliche und politische Druck war so gross, dass die Regierung ein neues Insolvenzrecht einführte. Seit 1999 ist es möglich, Privatinsolvenz anzumelden. Das bedeutet, dass ein „redlicher Schuldner“ (InsO §1, d.h. ein*e bona-fide Bürger*in) nach einer Wohlverhaltensphase von seinen Restschulden befreit werden kann. Das gesamte Verfahren dauert in der Regel etwa drei bis sechs Jahre (derzeit beträgt die Dauer der Wohlverhaltensphase vier Jahre). Während dieser Wohlverhaltensphase unterliegen Schuldner*innen einer Reihe von Beschränkungen und Verpflichtungen. Dies beinhaltet die Pflicht, zu arbeiten bzw. sich auf Stellenangebote zu bewerben, Zugang zu privaten finanziellen Unterlagen zu gewähren und die Schuldnerberatungsstelle über Adressänderungen und andere Angelegenheiten zu informieren.⁴

Zusätzlich zu diesen Verpflichtungen ist es während der gesamten Dauer der Wohlverhaltensphase verpflichtend, Sparsamkeit im wirtschaftlichen Verhalten zu praktizieren, auszudrücken und sogar zu empfinden. Durch spezifische Sparsamkeitsfähigkeiten wie umsichtige Haushaltsführung, Schnäppchenkäufe, Reparieren, Wiederverwenden, Heimwerken und Gartenarbeit zur Selbstversorgung gelingt es dem Individuum, an der Welt des Konsums teilzuhaben, ohne zu viel Geld auszugeben. Gleichzeitig werden die Gebote der Nachhaltigkeit, der Selbstverantwortung, der Subsistenz und des ethischen Konsums so erfüllt. Das sparsame Subjekt erreicht hierdurch eine positive Selbstpositionierung; Sparsamkeit erzeugt „a social pay-off [eine soziale Belohnung]“⁵. Diese Belohnung leitet sich sowohl aus Genügsamkeitsäusserungen als auch aus Äusserungen des Klassengeschmacks, der Staatsbürgerschaft, des ethischen Konsums oder des politischen Protests ab. Die moralische Ordnung der Sparsamkeit impliziert „society’s ,yeses’ and ,nos’ – that are not only embedded in its laws and governing institutions but are more or less internalized, so that they become ,second nature’ to most of the people who constitute society [die Jas und Neins der Gesellschaft, die nicht nur in ihren Gesetzen und Regierungsinstitutionen verankert sind, sondern auch mehr oder weniger verinnerlicht werden, so dass sie für die meisten Menschen, die die Gesellschaft bilden, zur erlernten Selbstverständlichkeit werden.]“⁶

reality TV show *Raus aus den Schulden* (Getting Out of Debt). From 2007 to 2015 and—with single episodes until 2021—the show ran on the private channel RTL with a market share of between 15 and 23 percent, with up to 5 million viewers per broadcast. It was centred on the counsellor Peter Zwegat, who used to work for a public debt administration in Berlin and was cast as the show’s protagonist. The show was broadcast at prime time and quickly became a huge success, with twelve seasons and several special episodes. Each episode presents a case where debt counsellor Peter Zwegat is summoned to help out debtors by appealing to their conscience, sorting out paperwork, talking to creditors and employers, and generally guiding them through insolvency. The protagonists are real people with real financial problems who have applied and been cast for the show. Each episode opens with a summary of the—usually hopeless—situation of the indebted individuals. Next, counsellor Peter Zwegat is introduced. In the trailer, action music is used to underline his heroic appearance, the counsellor is shown striding purposefully down a street or in action at his desk, at the telephone, briefcase in hand. When he arrives at the scene, he introduces himself with the slogan: “You called, here I am.” Dramaturgically, his appearance marks a turning point in the life of the debtor. The camera then takes us into the home of the protagonists, showing place names and doorbell plates to create authenticity. Viewers are shown the (often slightly too big) size of the house or flat, the number of children and pets, the (extravagant) interior design, the (numerous) possessions like clothes and shoes, the (exquisite) foods, the (expensive) hobbies and means of transport, and the (latest) gadgets and media equipment. From all these (not so subtle) clues we derive our judgment about failure or success in the financial crisis. Take, for example, the case of Marco S. (21 years old) and his girlfriend Marina (20 years old) from Lüdenscheid.⁷ After finishing school, Marco took up a trainee position at McDonalds and also began his career as a consumer (S8, E8). When he explains to the camera how he buys gadgets on credit, in his words: without having to pay for them, his statements are underlined with images of a room cluttered with equipment like a brand new film camera, an entertainment system with TV, PlayStation, and DVD player, and an amplifier. We also learn that the couple owns two laptops on lease, an iPhone, and have subscribed to the pay-TV station Sky. After this demonstration of overconsumption on credit, the camera zooms in on a pile of documents. Marco admits that he does not know how much he owes because he has thrown away most of the bills and reminders. This manner of—or rather lack of—filing serves as a demonstration of indifference and apathy.

sen appelliert, Papierkram erledigt, mit Gläubiger*innen und Arbeitgeber*innen spricht und die Schuldner*innen insgesamt durch die Insolvenz führt. Die Protagonist*innen sind echte Menschen mit echten finanziellen Problemen, die sich für die Sendung beworben haben und gecastet wurden. Jede Folge beginnt mit einer Zusammenfassung der – in der Regel hoffnungslosen – Situation der verschuldeten Personen. Danach wird der Berater Peter Zwegat vorgestellt. Im Trailer wird sein heldenhaftes Auftreten durch Action-Musik hervorgehoben. Der Berater wird gezeigt, wie er zielstrebig eine Strasse entlang schreitet oder an seinem Schreibtisch, am Telefon, mit der Aktentasche in der Hand, in Aktion ist. Am Ziel angekommen, stellt er sich mit

einem Slogan vor: „Sie haben angerufen, hier bin ich.“ Dramaturgisch gesehen markiert sein Erscheinen einen Wendepunkt im Leben der Schuldner*innen. Die Kamera führt uns dann in die Wohnung der Protagonist*innen und zeigt Ortsnamen und Klingelschilder, um Authentizität zu erzeugen. Den Zuschauer*innen werden die (oft etwas zu grosse) Grösse des Hauses oder der Wohnung, die Anzahl der Kinder und Haustiere, die (extravagante) Inneneinrichtung, die (zahlreichen) Besitztümer wie Kleidung und Schuhe, die (exquisiten) Lebensmittel, die (teuren) Hobbys und Verkehrsmittel sowie die (neuesten) Gadgets und Mediengeräte gezeigt. Aus all diesen (nicht ganz subtilen) Hinweisen leiten wir unser Urteil über Misserfolg oder Erfolg in der finanziellen Krise ab. Nehmen wir zum Beispiel den Fall von Marco S. (21 Jahre alt) und seiner Freundin Marina (20 Jahre alt) aus Lüdenscheid.⁷ Marco S. hat nach seinem Schulabschluss eine Ausbildung bei McDonalds gemacht und auch seine Karriere als Konsument begonnen (S8, E8). Wenn er vor der Kamera erklärt, wie er Geräte auf Kredit kauft, in seinen Worten: ohne sie bezahlen zu müssen, werden seine Aussagen mit Bildern eines Zimmers unterstrichen, das vollgestopft ist mit Geräten wie einer nagelneuen Filmkamera, einer Unterhaltungsanlage mit Fernseher, PlayStation und DVD-Player sowie einem Verstärker. Wir erfahren auch, dass das Paar zwei geleaste Laptops und ein iPhone besitzt und den Pay-TV-Sender Sky abonniert hat. Nach dieser Demonstration des übermässigen Konsums auf Kredit zoomt die Kamera auf einen Stapel von Dokumenten. Marco gibt zu, dass er nicht weiss, wie viel er schuldet, weil er die meisten Rechnungen und Mahnungen weggeworfen hat. Diese Art der Aufbewahrung – oder vielmehr ihr Fehlen – dient als Beweis für seine Gleichgültigkeit und Apathie.

Nachdem Marco gesteht, dass er die Höhe seiner Schulden nicht kennt, schwenkt die Kamera ins Badezimmer, wo sich das Geschirr in der Dusche stapelt, wobei der Schnitt eine starke Verbindung zwischen finanziellem und häuslichem Chaos andeutet. In einem anderen Raum stapelt sich weiteres Geschirr, während die Off-Stimme die Zuschauer*innen darüber informiert, dass Marinas Eltern dem Paar eine Kücheneinrichtung geschenkt haben, die jedoch noch im Kinderzimmer gelagert wird. Die Kamera wandert durch die Räume und zeigt ausgepackte Kisten und Möbelstücke, die nicht aufgebaut worden sind, von denen keines an seinem Platz ist oder funktioniert. Die Botschaft ist wieder einmal die der Inkompetenz in Sachen Sparsamkeit und Haushaltsführung gleichermaßen. Unordentlichkeit wird in der Fernsehsendung zu einem moralischen Problem, indem Wohnungen mit Schuldgefühlen und mangelnder Kontrolle in Verbindung gebracht werden.⁸ In der Episode wird kein Stereotyp des Versagens ausgelassen. Wir erfahren, dass das Paar selten vor 11 Uhr aufsteht, dass es nicht in der Lage ist, ein Formular auszufüllen, um Sozialhilfe zu beantragen, und dass es nicht einmal weiss, wo es einen Briefkasten gibt (während die Kamera einen vor dem Haus zeigt).

After Marco confesses that he does not know the amount he owes, the camera pans into the bathroom where dishes pile up in the shower, the cut suggesting a strong link between financial and domestic chaos. More dishes are stacked in another room, while the voice-over informs the viewer that Marina's parents gave the couple a kitchen interior which is, however, still being stored in the nursery. The camera roams through the rooms showing unpacked boxes and unassembled pieces of furniture, none of which is in place or functional. The message again is one of incompetence in thrift and in housekeeping skills alike. Being messy becomes a moral issue in the TV show, associating dwellings with guilt and lack of control.⁸ During the episode, no stereotype of the deadbeat is left out. We learn that the couple rarely get up before 11 am, they are unable to fill in a form in order to apply for welfare, and they do not even know where to find a mailbox (while the camera shows one standing in front of the house).

Appropriate emotions are an important part of any moral economy. In the TV show, feelings are linked to numbers, i.e. debtors are expected to show shame, astonishment, frailty, desperation, or defiance when Peter Zwegat begins to do the maths. The debtors are shown seated in their homes, the camera filming close to their faces. The counselor stands opposite at a flip chart, calculating income and expenses in excruciating detail with a red pen. Visually, these lists are superimposed over the picture of the debtor, thus debts are linked to a name and a face. The close-ups enable the viewer to study their emotions in detail: narratives and idioms of shame, guilt, and regret are juxtaposed with scenes of indifference, disdain, and aggression. In both cases, the recognition or violation of a normative social order is represented. This emotional practice is a cornerstone in the process of debt relief. In many cases, debtors express

their feelings of guilt along with a sense of responsibility and initiative. In Marco's case, rather than showing the discursively appropriate emotions of shame, remorse, and guilt, he is pictured indifferent, defiant and angry, which adds to the image of him as an unreasonable and undiscerning person. Just like his actions, his emotions are not appropriate. He plays the role of the moral hazard who sponges off his mother and milks the state for support while borrowing more and more money. He quit his job and went shopping because, in his words, "I just wanted to be free and do whatever I felt like doing, no boundaries, enjoy my life to the full." The scene is repeated in the trailer and can be seen as a condensed version of the moral economy of (non-)thrift. Not only is he economically incompetent and disorganised, Marco is also portrayed as selfish, superficial, and irresponsible.

A very different case can be seen with the single mother Nicole K. from Bielefeld (S9, E11).⁹ At the beginning of her story, we follow the camera towards a bland white apartment building in a housing estate. Inside, we meet the 32-year-old debtor and her son Darren-Lee (11 years old) and learn that, after her wild youth without finishing school, running away several times and doing drugs, she has been in debt for more than a decade. Now, at the age of 32, she wants to turn her life around: She goes back to finish school; she wants to be a role model for her son and to show him that "it is never too late" to achieve one's goals with "a little bit of diligence and "motivation." Demonstrating thrift skills, she "has studied a lot and worked hard" and now wants to keep going. The tour through Nicole's home shows a spotless and comfortable flat. According to the voice-over, the furniture is second-hand and simple but tastefully arranged, the rooms are tidy, even Darren's small room is very neat with a made-up bed and folded clothes. In a simple but orderly kitchen, we can see her preparing a healthy tomato salad for her son. Thrift competence, i.e. making the most of a small budget, is shown as cultural capital. These sympathetic visual assessments of her character are accompanied with an emotional scene in which she confesses how scared she is about her son's future. Here, tears well up in the otherwise very composed woman's eyes. Her devotion to her son combined with the images of determination, diligence, self-initiative, and tidiness frame her as a good debtor. Although she ran into debt for much the same reasons as Marco, i.e. "out of stupidity, bad luck, and naivety," the cultural capital of thrift helps her out of debt in a socially acceptable manner.

Betrachter*innen, Emotionen im Detail zu studieren: Erzählungen und Redewendungen von Scham, Schuld und Reue werden Szenen von Gleichgültigkeit, Verachtung und Aggression gegenübergestellt. In beiden Fällen wird die Anerkennung oder Verletzung einer normativen sozialen Ordnung dargestellt. Diese emotionale Praxis ist ein Eckpfeiler im Prozess des Schuldenerlasses. In vielen Fällen bringen die Schuldner*innen ihre Schuldgefühle zusammen mit einem Gefühl der Verantwortung und Eigeninitiative zum Ausdruck. In Marcos Fall zeigt er nicht die diskursiv angemessenen Emotionen von Scham, Reue und Schuld, sondern wird gleichgültig, trotzig und wütend dargestellt, was das Bild von ihm als unvernünftigen und uneinsichtigen Menschen verstärkt. Genau wie seine Handlungen sind auch seine Emotionen nicht angemessen. Er spielt die Rolle des moralischen Hasardeurs, der seine Mutter ausnutzt und den Staat um Unterstützung bittet, während er sich immer mehr Geld leiht. Er kündigte seinen

Job und ging einkaufen, weil er, wie er sagt, „einfach frei sein und tun wollte, worauf ich Lust hatte, ohne Grenzen, mein Leben in vollen Zügen genießen.“ Die Szene wird im Trailer wiederholt und kann als verdichtete Version der moralischen Ökonomie der (Nicht-)Sparsamkeit betrachtet werden. Marco ist nicht nur wirtschaftlich inkompetent und desorganisiert, er wird auch als egoistisch, oberflächlich und verantwortungslos gezeigt.

Im Fall der alleinerziehenden Mutter Nicole K. aus Bielefeld (S9, E11) wird hingegen ein ganz anderes Bild gezeichnet.⁹ Zu Beginn ihrer Geschichte folgen wir der Kamera in ein unscheinbares weisses Mehrfamilienhaus in einer Wohnsiedlung. Darin treffen wir auf die 32-jährige Schuldnerin und ihren Sohn Darren-Lee (11 Jahre) und erfahren, dass sie nach einer wilden Jugend ohne Schulabschluss, mehrfachem Weglaufen und Drogenkonsum seit mehr als einem Jahrzehnt verschuldet ist. Jetzt, im Alter von 32 Jahren, will sie ihr Leben umkrempeln: Sie geht in die Schule, um nachträglich einen Abschluss zu erwerben; sie will ihrem Sohn ein Vorbild sein und ihm zeigen, dass es „nie zu spät“ ist, seine Ziele mit „ein bisschen Fleiss und Motivation“ zu erreichen. Sie ist sparsam, hat „viel gelernt und hart gearbeitet“ und will nun weitermachen. Der Rundgang durch Nicoles Wohnung zeigt ein makellooses und komfortables Zuhause. Die Möbel sind gebraucht und einfach, aber geschmackvoll arrangiert, die Zimmer sind aufgeräumt, sogar Darrens kleines Zimmer ist sehr ordentlich mit einem gemachten Bett und gefalteter Kleidung. In einer einfachen, aber ordentlichen Küche sehen wir, wie sie einen gesunden Tomatensalat für ihren Sohn zubereitet. Sparsamkeitskompetenz, d. h. das Beste aus einem kleinen Budget zu machen, wird als kulturelles Kapital gezeigt. Diese sympathischen visuellen Einschätzungen ihres Charakters werden von einer emotionalen Szene begleitet, in der sie gesteht, wie sehr sie um die Zukunft ihres Sohnes bangt. Hier treten der sonst sehr gefassten Frau die Tränen in die Augen. Ihre Hingabe ihrem Sohn gegenüber in Verbindung mit den Bildern von Entschlossenheit, Fleiss, Eigeninitiative und Sauberkeit machen sie zu einer guten Schuldnerin. Obwohl sie sich aus denselben Gründen wie Marco verschuldet hat, d. h. „aus Dummheit, Pech und Naivität“, hilft ihr das kulturelle Kapital der Sparsamkeit auf sozialverträgliche Weise aus den Schulden heraus.

In der Fernsehsendung wird das soziale Skript der Verschuldung und des Schuldenerlasses auf die moralische Ökonomie der Sparsamkeit bezogen. Sparsamkeitskompetenz bezieht sich jedoch nicht nur auf Konsummuster und finanzielle Entscheidungen. Sparsamkeit impliziert hier ein Bewusstsein über bürgerliche Werte, kulturelles Kapital und soziale Positionierung. Das ausgewogene System der angemessenen Nutzung von Ressourcen umfasst Emotionen

rights and wrongs of debts discharge. Rather, he represents “the voice of reason” and “the people’s voice.” His authority is mandated by public opinion and thereby achieves normative efficiency.¹⁰ He provides advice rather than rules, his character is all about self-guidance rather than instructions, an incarnation of the governmentality of debts. The micropolitics of TV thus work as a process of subjectivisation at the intersection of internal and external guidance.¹¹

With the role of thrift, the struggle with debt becomes a class issue. While middle-class oriented debtors possess enough thrift competence to achieve good conduct and thus a moral discharge, other debtors fail to do so. However, the structural element of class in the neoliberal debt economy is hardly addressed in the TV show. Problems like a subprime credit market for those who do not have access to the prime section, socially unequal terms of financialisation, and the ramification of a changing law on people without education or long-term unemployment are not made the subject of discussion. Accordingly, it is up to the individual to solve their problem, whereas banks, the finance market and the state legislative is off the hook. Debts are thus depoliticised, they are no social problem but personal ones. And while some can deal with those problems because of their social background and access to capital like thrift, others cannot and have to take the blame.

Silke Meyer is Professor of European Ethnology at the Department of History and European Ethnology and speaker of the research area Cultural Encounters - Cultural Conflicts at the University of Innsbruck. Her research interest is economic anthropology, the culture of debts, migration and remittance studies as well as narrative analysis.

This article is an excerpt from the article “The Moral Economy of Thrift: The Production of the Indebted Self in the Reality Series ‘Getting out of Debt’ and ‘Life of Debt,’” first published by Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research in 2019.

tät wird durch die öffentliche Meinung bestimmt und erreicht dadurch normative Effizienz.¹⁰ Er gibt eher Ratschläge als Regeln, seine Figur ist eher eine Selbstführung als eine Anweisung, eine Inkarnation der Verwaltungsmöglichkeit der Schulden. Die Mikropolitik des Fernsehens funktioniert also als Subjektivierungsprozess an der Schnittstelle von interner und externer Steuerung.¹¹

Mit der Rolle der Sparsamkeit wird der Kampf mit den Schulden zu einer Klassenfrage. Während bürgerlich orientierte Schuldner*innen über genügend Sparsamkeitskompetenz verfügen, um Wohlverhalten und damit eine moralische Entlastung zu erreichen, gelingt dies anderen Schuldner*innen nicht. Das strukturelle Element sozialer Klasse in der neoliberalen Schuldenökonomie wird in der Fernsehshow jedoch kaum angesprochen. Probleme wie ein Subprime-Kreditmarkt für

(Fürsorge und Zuneigung gegenüber Familienmitgliedern als Motivation für Ausgaben, Übernahme von Verantwortung und Bedauern von Fehlentscheidungen), Werte wie Bildung, Fleiss und Sorgfalt, Ordnungspraktiken (Ablage, gesunde Ernährung, einfache, saubere Wohnung, Arbeitsethik und Fleiss). Dies ist die angemessene Geisteshaltung, wenn man eine finanzielle und moralische Entlastung anstrebt.

Während die vereinfachende Darstellung der guten und ordentlichen Schuldner*innen im Gegensatz zu den schlechten und unordentlichen Schuldner*innen eher stereotyp ist und dem überwiegend negativen Bild von Schuldner*innen folgt – und dieses auch noch verstärkt –, ist die Figur des Beraters komplexer und bietet Einblicke in die Schuldenregelungen und ihre Wirkung auf Schuldner*innen. Bei der Einführung von Peter Zwegaat wird er vor dem Reichstag, dem Sitz der deutschen Regierung, gezeigt, ein Ort (und Wohnort), der den öffentlichen Auftrag und das Mandat des Beraters unterstreicht. In Bezug auf die Regierungsstudien ist sein Auftreten jedoch nicht das einer staatlichen Behörde oder eines Lehrers; er bekräftigt keine Vorschriften oder hält Vorträge über Recht und Unrecht der Schuldenentlastung. Vielmehr vertritt er „die Stimme der Vernunft“ und „die Stimme des Volkes“. Seine Autorität

In the TV show, the social script of being in, and being relieved from, debts uses the moral economy of thrift as a reference point. However, thrift competence refers not only to patterns of consumption and financial decisions. Thrift here implies a consciousness about middle-class values, cultural capital and social positioning. The well-balanced system of the appropriate use of resources includes emotions (showing care and affection towards family members as a motivation for spending, taking responsibility, and regretting bad decisions), values like education, industriousness, and diligence, practices of order (filing, providing healthy food, keeping simple, clean dwellings, and demonstrating work ethics and diligence). This constitutes the appropriate state of mind when aspiring for a financial and moral discharge.

Whereas the simplistic portrayal of the good and tidy as opposed to the bad and messy debtor is rather stereotypical and follows—as well as reinforces—the predominantly negative image of debtors, the figure of the counsellor is more complex, offering insights into debt regimes and their potency with debtors. When Peter Zwegaat is introduced, he is shown in front of the Reichstag, the seat of the German government, the location (and dwelling) underlining the public mission and mandate of the counsellor. However, in terms of governmental studies, his appearance is not that of a state authority or a teacher; he does not reinforce regulations or lecture about the

diejenigen, die keinen Zugang zum Prime-Bereich haben, sozial ungleiche Bedingungen der Finanzierbarkeit und die Auswirkungen einer Gesetzesänderung auf Menschen ohne Ausbildung oder Langzeitarbeitslose werden nicht thematisiert. Dementsprechend ist es Sache des Individuums, das Problem zu lösen, während Banken, der Finanzmarkt und der Staat als Gesetzgeber aus dem Schneider sind. Schulden werden damit entpolitisiert, sie sind kein gesellschaftliches, sondern ein persönliches Problem. Und während die einen aufgrund ihrer sozialen Herkunft Zugang zu Kapitalformen wie angemessene Sparsamkeit haben und damit auf gesellschaftlich akzeptierte Art und Weise mit ihren Schulden umgehen können, können andere das nicht und müssen deswegen die Schuld an den Schulden auf sich nehmen.

Silke Meyer ist Professorin für Europäische Ethnologie am Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie und Sprecherin des Forschungsbereichs Kulturelle Begegnungen - Kulturelle Konflikte an der Universität Innsbruck. Ihr Forschungsinteresse gilt der Ökonomischen Anthropologie, der Kultur der Schulden, der Migrations- und Remittancesforschung sowie der Narrationsanalyse.

Der vorliegende Beitrag ist ein Auszug aus dem Aufsatz „The Moral Economy of Thrift: The Production of the Indebted Self in the Reality Series ‚Getting out of Debt‘ and ‚Life or Debt‘“, der erstmals 2019 bei Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research erschienen ist.

1 Podkalicka, Aneta, Jason Potts 2014: „Towards a general theory of thrift,” in: International Journal of Cultural Studies, 17(3): 2.

2 McCloskey, Deirdre 2011: „The Prehistory of American Thrift,” in: James D. Hunter, Joshua J. Yates (eds): Thrift and Thriving in America. Capitalism and Moral Order from the Puritans to the Present. Oxford: 61-87.

3 Mertens, Daniel 2015: „Erst sparen, dann kaufen? Privatverschuldung in Deutschland,” Frankfurt am Main/New York: 16.

4 Meyer, Silke 2017: „Das verschuldete Selbst. Narrativer Umgang mit Privatinsolvenz,” Frankfurt am Main/New York: 328-360.

5 Podkalicka, Aneta, Jason Potts 2014: „Towards a general theory of thrift,” in: International Journal of Cultural Studies, 17(3): 233.

6 Joshua J. Yates: „Thrift and Thriving in America,” in: Capitalism and Moral Order: from the Puritans to the Present. Oxford: 12.

7 Raus aus den Schulden, „Marco S. und Marina D. aus Lüdenscheid,” ,probono Fernsehproduktion GmbH, RTL, October 27 2010.

8 Löfgren, Orvar 2014: „The black box of everyday life: entanglements of stuff, affects and activities,” in: Cultural Analysis, 13: 88-90.

9 Raus aus den Schulden, „Der Fall K. aus Bielefeld,” ,probono Fernsehproduktion GmbH, RTL, November 9 2011.

10 Nohr, Rolf F. 2014: „SuSi-Fernsehen. Beratung, Empowerment und Denormalisierungsangst,” in: Andrea Seier, Thomas Waitz (eds): Klassenproduktion. Fernsehen als Agentur des Sozialen. Münster: 193-212.

11 Seier, Andrea 2009: „Mikropolitik des Fernsehens. Reality-Fernsehen als Regierung aus der Distanz,” KultuRRevolution. Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie, 55/56, 47-52.

1 Podkalicka, Aneta und Jason Potts 2014: „Towards a general theory of thrift”, in: International Journal of Cultural Studies 17 (3): 2.

2 McCloskey, Deirdre 2011: „The Prehistory of American Thrift”, in: James D. Hunter und Joshua J. Yates (Hg): Thrift and Thriving in America. Capitalism and Moral Order from the Puritans to the Present, Oxford: 61-87.

3 Mertens, Daniel 2015: „Erst sparen, dann kaufen? Privatverschuldung in Deutschland”, Frankfurt am Main/New York: 16.

4 Meyer, Silke 2017: „Das verschuldete Selbst. Narrativer Umgang mit Privatinsolvenz”, Frankfurt am Main/New York, 328-360.

5 Podkalicka, Aneta und Jason Potts 2014: „Towards a general theory of thrift”, in: International Journal of Cultural Studies 17 (3): 233.

6 Joshua J. Yates: „Thrift and Thriving in America”, in: Capitalism and Moral Order: from the Puritans to the Present, Oxford: 12.

7 Raus aus den Schulden, „Marco S. und Marina D. aus Lüdenscheid”, ,probono Fernsehproduktion GmbH, RTL, October 27 2010.

8 Löfgren, Orvar 2014: „The black box of everyday life: entanglements of stuff, affects and activities”, in: Cultural Analysis 13: 88-90.

9 Raus aus den Schulden, „Der Fall K. aus Bielefeld”, ,probono Fernsehproduktion GmbH, RTL, 9. November 2011.

10 Nohr, Rolf F. 2014: „SuSi-Fernsehen. Beratung, Empowerment und Denormalisierungsangst”, in Andrea Seier und Thomas Waitz (Hg.): Klassenproduktion. Fernsehen als Agentur des Sozialen, Münster: 193-212.

11 Seier, Andrea 2009: „Mikropolitik des Fernsehens. Reality-Fernsehen als Regierung aus der Distanz.” KultuRRevolution. Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie 55/56: 47-52.

The Con

Der Betrug

Aliza Shvarts

32

Ein Betrug, oder eine Hochstapelei, formuliert eine Zukunft, die nicht eintreten wird. Wie der Soziologe Erving Goffman in *On Cooling the Mark Out: Some Aspects of Adaptation to Failure* (1952) beschreibt, beinhaltet der Betrug das Dreiecksverhältnis mehrerer Rollen: *operators* (Trickbetrüger*innen), die den Plan in Gang setzten; *marks* (die Betrogenen), die die Opfer des Betrugs sind; und vor allem *coolers*, die dafür sorgen, dass die Zielpersonen nicht zur Polizei gehen oder sich auf andere Weise rächen und von denen der Betrug – die Reproduzierbarkeit der Tat sowie die Zukunft der Personen – abhängt. Die *coolers* kühlen, indem sie den *marks* eine grundlegende „Unterweisung in der Philosophie des Verlustnehmens“ vermitteln. Doch gleichzeitig ist, wie Goffman betont, das Herunterkühlen der Zielperson Teil einer grundlegend sozialen Geschichte. Von Arbeitnehmer*innen, denen eine erwartete Beförderung verweigert wurde, über Liebhaber*innen, deren Heiratsanträge abgelehnt wurden, bis hin zu Patient*innen, denen gesagt wurde, dass es keine Heilung gibt und Soldat*innen, die erkennen, dass es keine Rückkehr geben wird, gibt es unzählige Fälle, in denen *marks* heruntergekühlt werden müssen: in denen Menschen, die einst an etwas glaubten, an die Unmöglichkeit dieses Glaubens angepasst werden müssen.

Es ist kein Zufall, dass Goffman – der in seinem späteren und einflussreicheren Werk zum ersten Theoretiker der „totalen Institution“ werden sollte – sich so sehr für die Dynamik der Abkühlung interessierte, denn die Abkühlung der *marks* ist das zentrale Merkmal der Institutionalität als solcher: Wie er in diesem frühen Werk

A con, or confidence game, formulates a future that will not come to bear. As the sociologist Erving Goffman describes in *On Cooling the Mark Out: Some Aspects of Adaptation to Failure* (1952), a con involves the triangulated interaction of several roles: the con artist or *operator*, who sets the plan in motion; the sucker or *mark*, who is the con's victim; and, most importantly, the *cooler*, who ensures that the mark not go to the police or take other types of vengeance, and upon whom the con—the reproducibility of the act, as well as the future of the person—depends. The cooler cools by providing the mark basic “instruction in the philosophy of taking a loss.” Yet at the same time, as Goffman insists, “cooling the mark out is one theme on a very basic social story.” From the worker whose expected promotion was denied, to the lover whose marriage proposal was refused, to the patient who has been told there is no cure, to the soldier who realizes there is no return, there are endless instances in which marks must be cooled: in which people who once believed something must be adjusted to the impossibility of that belief.

It is no coincidence that Goffman—who would go on to become the first theorist of the “total institution” in his later and more influential work—would take such an interest in the dynamics of cooling, for cooling the mark out is the central feature of institutionality as such: as he points out in this early work, “an institution, after all, cannot take it on the lam; it must pacify its marks.” The institution's systemic operations constitute both the force that cools and the new reality to which we are cooled; that is to say, it is the totality of the institution that pacifies or cools, and yet, that totality depends on a continued process of cooling. In this sense, we are reconciled to the impossibility of a future by those very structures that serve to guarantee the future: those stable enclosures upon which confidence itself is premised. Appeasing individual workers, or lovers, or patients, or soldiers allows the structure of the office, the marriage, the clinic, the nation to continue to function; and in a broader sense, capitalism, heteronormativity, and biopolitics are all strategies of appeasement, acclimating us to the impossible situations they produce, the impossible conditions we come to accept, conditions in which we nonetheless figure out how to live. It is through this process of adjustment to the impossibility of a future that such structures are able to insure their own.

33

Through this broader understanding of the ubiquity of cooling, we are better able to understand the capacity of the con: a capacity to act in bad faith rather than good, to formulate a plurality of possible futures when the future we are assured arrives only as an impossibility. After all, to talk about confidence—or trustworthiness or honesty in general—is to talk about an attitude toward the future, an assurance that things will be as we have said, that we are able to rightfully inhabit the language through which we make such assurances and the presumptions of subjectivity it presupposes. The confidence of the honest, trustworthy man operates with the privilege of a temporal inheritance, a heritage of futurity that presupposes a neutered, deracinated, and naturalized universal subject historically figured against a ground of marked bodies and identities: the drudges, breeders, and transients to whom that future has always been foreclosed. The con, however, operates outside the futurity of this cohesive rational actor—outside the perspicacity of one man, with his one name, his one truth, and his one vote. The con artist acts at a temporal dissonance to that good citizen, out of sync with the rhythm that reproduces such men. As both an identity and an operation, the con violates not only the dictum that things will be as we have said, but that a self will be continuous over time. As an identity that is nothing more than an operation, the con challenges the idea that everyone could ever have access to such cohesive subjecthood: a subjecthood invoked as the subject of labor and marriage contracts, sexual or social consent; a subjecthood whose very possibility was historically produced in the nonconsensual and noncontractual relations of domestic and sexual servitude, of colonial conquest, and of trans-Atlantic slavery.

For those of us who understand ourselves as reproduced not in the privilege of the subject but through the laboring materiality of bodies of historical non-subjects, we understand that good faith operates through a similar privileged relation to time: a time that is not ours, a time that allows for the smooth measure of the waged hour, of labor time, and the attendant logics of accountability that animate exchange. The good faith of exchange, the confidence of circulation, is in fact the original con of capitalism, the abjected origin to which we are all perpetually cooled. The capitalist subject is its operator, but also—insofar as that subjectivity is reproduced in the material conditions of non-subjects, a material ground upon which the capitalist is figured—nothing more than a mark. The con's local deceit emerges only in relation to the ubiquitous institutional cooling that permeates modern life; in this sense, to con is on another level to refuse to be cooled in a broader sense, to act knowing that the future will not turn out—was never going to turn out—as it was promised.

betont, „kann eine Institution dies schliesslich nicht auf die leichte Schulter nehmen; sie muss ihre *marks* beschwichtigen.“ Die systemischen Operationen der Institution konstituieren sowohl die Kraft, die abkühlt, als auch die neue Realität, auf die wir heruntergekühlt werden; das heisst, es ist die Gesamtheit der Institution, die befriedet oder kühlt, und doch hängt diese Gesamtheit von einem fortgesetzten Prozess der Abkühlung ab. In diesem Sinne werden wir mit der Unmöglichkeit einer Zukunft durch eben jene Strukturen versöhnt, die dazu dienen, die Zukunft zu garantieren: jene stabilen Umschliessungen, auf denen das Vertrauen selbst beruht. Die Beschwichtigung einzelner Arbeiter*innen, Liebhaber*innen, Patient*innen oder Soldat*innen ermöglicht es, dass die Struktur des Büros, der Ehe, der Klinik, der Nation weiter funktioniert; und in einem weiteren Sinne sind Kapitalismus, Heteronormativität und Biopolitik allesamt Strategien der Beschwichtigung, die uns an die unmöglichen Situationen gewöhnen, die sie hervorbringen, an die unmöglichen Bedingungen, die wir letztlich akzeptieren, Bedingungen, unter denen wir dennoch herausfinden, wie wir leben können. Durch diesen Prozess der Anpassung an die Unmöglichkeit einer Zukunft sind diese Strukturen in der Lage, sich ihrer selbst zu versichern.

Durch dieses umfassendere Verständnis der Allgegenwärtigkeit des Herunterkühlens können wir die Kapazität des Betrugs besser einschätzen: eine Kapazität, eher in bösem als in gutem Glauben zu handeln, eine Vielzahl möglicher Zukünfte zu formulieren, wenn die Zukunft, die uns zugesichert wird, nur als Unmöglichkeit erscheint. Denn wenn wir von Vertrauen sprechen – oder von Vertrauenswürdigkeit oder Ehrlichkeit im Allgemeinen – dann geht es um eine Haltung gegenüber der Zukunft, um die Gewissheit, dass die Dinge so sein werden, wie wir es gesagt haben, und darum, dass wir in der Lage sind, die Sprache, mit der wir solche Zusicherungen machen, und die Annahmen über die

To con is not to reappropriate capital's institutional mechanisms, but to dwell in the latent fecundity of their excesses. The con exploits that dark teeming crack that contours the smooth surface of production in which detritus gathers, becoming fertile. In this sense the con does not escape, rehabilitate, or dismantle the structures and systems that hold us; rather, the con connives, lives in filth, fouls the nest.

According to Goffman, the con differs from other types of financial deceit precisely in that it is committed against a private person by a criminal brotherhood. In this sense, the con is the inheritance

Subjektivität, die damit verbunden sind, rechtmässig zu verwenden. Die Zuversicht des ehrlichen, vertrauenswürdigen Menschen operiert mit dem Privileg eines zeitlichen Erbes, eines Erbes der Zukunft, das ein kastriertes, entrechtetes und naturalisiertes universelles Selbst voraussetzt, das sich historisch auf dem Boden von markierten Körpern und Identitäten abbildet: die Schurken, Gebärmaschinen und Durchreisenden, denen diese Zukunft immer schon verschlossen war. Betrüger*innen aber agieren ausserhalb der Zukunft dieser kohärenten, rationalen Akteur*innen – ausserhalb des Durchblicks einer einzelnen Person, mit ihrem eigenen Namen, ihrer eigenen Wahrheit und ihrer eigenen Stimme. Betrüger*innen agieren in einer zeitlichen Dissonanz zu diesen guten Bürger*innen, ausserhalb des Rhythmus, der solche Menschen hervorbringt. Sowohl als Identität als auch als Operation verstösst der Betrug nicht nur gegen das Diktum, dass die Dinge so sein werden, wie wir es gesagt haben, sondern auch gegen die Annahme, dass ein Selbst über die Zeit hinweg Fortbestand haben wird. Als eine Identität, die nichts weiter als eine Operation ist, stellt der Betrug die Idee in Frage, dass alle jemals Zugang zu einer solchen kohäsiven Subjektivität haben könnten: eine Subjektivität, die als Subjekt von Arbeits- und Eheverträgen, sexueller oder sozialer Zustimmung beschworen wird; eine Subjektivität, deren Möglichkeit historisch in den nicht-einvernehmlichen und nicht-vertraglichen Beziehungen häuslicher und sexueller Leibeigenschaft, der kolonialen Eroberung und der transatlantischen Sklaverei produziert wurde.

Für diejenigen von uns, die sich nicht als das Privileg des Subjekts, sondern als durch die arbeitende Materialität von Körpern historischer Nicht-Subjekte reproduziert begreifen, verstehen wir, dass der gute Glaube durch eine ähnlich privilegierte Beziehung zur Zeit funktioniert: eine Zeit, die nicht die unsere ist, eine Zeit, die das reibungslose Mass der bezahlten Stunde, der Arbeitszeit und der damit verbundenen Logik der Verantwortlichkeit, die den Austausch belebt, ermöglicht. Die Zuverlässigkeit des Tauschs, das Vertrauen in die Zirkulation, ist in der Tat der ursprüngliche Betrug des Kapitalismus, der unterdrückte Ursprung, auf den wir alle immer wieder heruntergekühlt werden. Das kapitalistische Subjekt ist sein Betreiber, aber auch – insofern diese Subjektivität in den materiellen Bedingungen der Nicht-Subjekte reproduziert wird – ein materieller Grund, auf dem Kapitalist*innen figurieren – nichts weiter als eine*n *mark*. Die lokale Täuschung des Betrugs taucht nur im Zusammenhang mit dem allgegenwärtigen institutionellen Herunterkühlen auf, das das moderne Leben durchdringt; in diesem Sinne bedeutet Betrug auf einer anderen Ebene, dass man sich weigert, in einem umfassenderen Sinn heruntergekühlt zu werden, zu handeln in dem Wissen, dass die Zukunft nicht so sein wird – nie sein wird – wie sie versprochen wurde. Betrug bedeutet nicht, sich die institutionellen Mechanismen

of criminality, of an abject reproductive capacity, of a minority belonging. It is a crime of relation and multitudinousness committed against the neoliberal enclosure of the individual. To con is to recall the threat that multiplicity has always posed to singularity: the possibility that the pea might be under any shell. It is the threat of the slave uprising to the master, the colonized masses to the king, the witch's coven to the inquisitor, the devil's legions to a one true God. The con is always an improvisational relation and never a permanent solution, a queerly ephemeral intimacy forged in the perpetual motion of evasion. Kin of the convict, the con artist lives always in relation to the present threat and historical legacy of capture: to the slave ship, the torture chamber, the prison cell, the psych ward, the marital bed. To con is to persist in relation to the eventuality of capture, to the simultaneous promise and impossibility of the good life, to that trap of good-faith futurity when the future is not for you. To this end, a con man is a straw man, the besuited grifter merely a legible appliqué over that which terrorizes legibility: the dark miasmatic threat of an underworld, of wanton effeminate excess, of deviant circulation.

des Kapitals wieder anzueignen, sondern in der latenten Fruchtbarkeit ihrer Exzesse zu verweilen. Der Betrug nutzt diesen dunklen, wimmelnden Riss, der die glatte Oberfläche der Produktion konturiert, in dem sich der Schutt sammelt und fruchtbar wird. In diesem Sinne entkommen die Betrüger*innen nicht den Strukturen und Systemen, die uns halten, und sie rehabilitieren und demontieren sie auch nicht; vielmehr leben die Betrüger*innen im Dreck, verschmutzen das Nest.

Nach Goffman unterscheidet sich der Betrug von anderen Arten der finanziellen Täuschung gerade dadurch, dass er von einer kriminellen Bruderschaft gegenüber einer Privatperson begangen wird. In diesem Sinne ist der Betrug das Erbe der Kriminalität, einer verwerflichen Reproduktionsfähigkeit, der Zugehörigkeit zu einer Minderheit. Er ist ein Beziehungs- und Vielfaltsverbrechen, das sich gegen die neoliberale Einhegung des Individuums richtet. Der Betrug erinnert an die Bedrohung, die die Vielfalt schon immer für die Singularität bedeutet hat: die Möglichkeit, dass die Erbse sich unter jeder Schale befinden könnte. Es ist die Bedrohung des Sklavenaufstandes gegenüber dem Herrn, der kolonisierten Massen gegenüber dem König, des Hexenzirkels gegenüber dem Inquisitor, der Legionen des Teufels gegenüber dem einen wahren Gott. Der Betrug ist immer eine improvisierte Beziehung und nie eine dauerhafte Lösung, eine seltsam flüchtige Intimität, die in der fortwährenden Bewegung des Ausweichens geschmiedet wird. Ähnlich wie Sträflinge leben die Trickbetrüger*innen immer in Relation zur gegenwärtigen Bedrohung und zum historischen Erbe der Gefangenschaft: zum Sklavenschiff, zur Folterkammer, zur Gefängniszelle, zur psychiatrischen Abteilung, zum Ehebett. Betrügen bedeutet, in Bezug auf die Möglichkeit der Gefangennahme zu verharren, auf die gleichzeitige Verheissung und Unmöglichkeit des guten Lebens, auf die Falle der gutgläubigen Zukunft, wenn die Zukunft nicht für dich ist. In diesem Sinne ist der Betrüger ein Strohmännchen, der Gauner im Anzug nur eine lesbare Hülle für das, was die

The con is a mechanism that operates in the asymmetries of more expansive social relations; it is a performance that channels the bestial extensities submerged in the interactions of good subjects, extensities that undergird our collective material histories. The con is what becomes possible when the assurances we make can never be true, when the structural support of sureness is not in our power and not on our side. And in a significant sense, this condition allows for our survival, for an escape that makes possible provisional forays into a subjecthood that could never hold us, a way to play with that trustworthiness that was never anything we could have access to, to that temporal enclosure of confidence as part of a lineage of historical enclosures to which we are not, and could never be, the rightful heirs. The con opens up an alternate economy of living without this inheritance, a way of speaking when we already know that everything we say can and will be used against us, when language and the truths it produces are not on our side.

Aliza Shvarts is an artist, writer, and scholar who takes a queer and feminist approach to reproductive labor and language. Her current work focuses on testimony and the circulation of speech in the digital age.

A version of this text was originally published in TDR: The Drama Review, 58 (2) by MIT Press in 2014.

Lesbarkeit erschüttert: die dunkle, miasmatische Bedrohung durch die Unterwelt, den mutwilligen, verweichlichten Exzess, den abweichenden Kreislauf.

Der Betrug ist ein Mechanismus, der in den Asymmetrien expansiver sozialer Beziehungen funktioniert; er ist eine Performance, die die bestialischen Ausmasse kanalisiert, die in den Interaktionen guter Subjekte stecken, Ausmasse, die unserer kollektiven materiellen Geschichte zugrunde liegen. Der Betrug ist das, was möglich wird, wenn die Zusicherungen, die wir machen, niemals wahr sein können, wenn die strukturelle Unterstützung der Sicherheit nicht in unserer Macht und nicht auf unserer Seite ist. Und in einem bedeutenden Sinne ermöglicht diese Bedingung unser Überleben, einen Ausweg, der provisorische Ausflüge in eine Subjektivität ermöglicht, die uns niemals halten könnte, eine Möglichkeit, mit jeder Vertrauenswürdigkeit zu spielen, zu der wir niemals Zugang haben konnten, zu jeder zeitlichen Einschliessung des Vertrauens als Teil einer Linie historischer Verpfändungen, deren rechtmässige Erb*innen wir nicht sind und niemals sein könnten. Der Betrug eröffnet eine alternative Ökonomie des Lebens ohne dieses Erbe, eine Art zu sprechen, wenn wir bereits wissen, dass alles, was wir sagen, gegen uns verwendet werden kann und wird, wenn die Sprache und die Wahrheiten, die sie hervorbringt, nicht auf unserer Seite stehen.

Aliza Shvarts ist Künstlerin, Schriftstellerin und Wissenschaftlerin, die sich aus queerfeministischer Perspektive mit reproduktiver Arbeit und Sprache befasst. Ihre aktuelle Arbeit konzentriert sich auf Zeugnisse und Zirkulation von Sprache im digitalen Zeitalter.

Der vorliegende Beitrag wurde 2014 erstmals in TDR: The Drama Review, 58 (2) bei MIT Press veröffentlicht.

Impressum

Editorial

Valerie Keller, Matthias Liechti

Grafik

Vera Kaspar

Schrift

Favorit by Dinamo

Druck

Druckerei Hofer Bümpliz AG, Bern

Auflage

100 Stück

Autor*innen

David Dagn, Celia Martín, Silke Meyer, Aliza Shvarts

Übersetzungen

Simoné Goldschmidt-Lechner, Stefanie Everke Buchanan, Philip Saunders

Cover

Teo Petruzzi, HAPPY FAMILY, 2023

Credits

S. 2–3 Teo Petruzzi, S. 4–5 Judith Kakon, S. 6–13 Thomas Julier,

S. 14–21 Cyril Tyrone Hübscher, S. 22–31 Teo Petruzzi, S. 32–39 Amalia Ulman

Finanzierung

Abteilung Kultur Basel-Stadt, Christoph Merian Stiftung, Ernst und Olga Gubler-Hablützel Stiftung,

Guggenheim-Stiftung, Pro Helvetia, Stanley Thomas Johnson Stiftung, Kanton Uri, Kanton Wallis,

Stiftung Wolf, ISEK Universität Zürich



Kanton Basel-Stadt
Kultur

cms
Christoph Merian Stiftung

schweizer kultur stiftung
prohelvetia

STANLEY THOMAS
JOHNSON
STIFTUNG

For

Teichgässlein 31
4058 Basel
Schweiz

www.for-space.ch
info@for-space.ch
IG: forspacech



LOVE

For

ISBN 978-3-907428-04-7



9 783907 428047 >