Eva Illouz
Der Konsum der
Romantik

suhrkamp taschenbuch
wissenschaft

suhrkamp taschenbuch
wissenschaft 1858

Zu den kulturellen Widersprüchen, die den Kapitalismus kennzeichnen sollen, gehört der Gegensatz von romantischem Liebesideal und der kalten Welt der Ökonomie. Das in den USA preisgekrönte und in Deutschland hymnisch besprochene Buch von Eva Illouz zeigt dagegen auf, inwiefern die beiden Sphären sich längst wechselseitig beeinflussen und miteinander verschmelzen: Galt die romantische Liebe als letztes Refugium in einer kommerzialisierten Welt, so zeigt Eva Illouz, wie sich etwa die Paarbeziehung unter dem Einfluss des totalen Konsums verändert hat. Die kollektive Utopie der Liebe, einst als Transzendierung des Marktes idealisiert, ist im Prozess ihrer Verwirklichung zum bevorzugten Ort des kapitalistischen Konsums geworden.

Eva Illouz ist Professorin für Soziologie an der Hebrew University in Jerusalem. Im Suhrkamp Verlag ist erschienen: *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus* (stw 1857).

Eva Illouz
Der Konsum der Romantik

*Liebe und die kulturellen Widersprüche
des Kapitalismus*

Aus dem Amerikanischen
von Andreas Wirthensohn

Suhrkamp

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1858

Erste Auflage 2007

Lizenzausgabe mit freundlicher Genehmigung des Campus Verlages

© 2003 Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das der Übersetzung,
des öffentlichen Vortrags sowie der Übertragung
durch Rundfunk und Fernsehen, auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Umschlag nach Entwürfen von Willy Fleckhaus und Rolf Staudt

Satz: Hümmer GmbH, Waldbüttelbrunn

Druck: Druckhaus Nomos, Sinzheim

Printed in Germany

ISBN 978-3-518-29458-1

I 2 3 4 5 6 – 12 11 10 09 08 07

Inhalt

Vorwort von Axel Honneth	7
Eine Einführung in die Soziologie der Liebe	25
Romantische Liebe als kulturelle Praxis	26
Romantische Liebe als Utopie der Überschreitung	33
Anordnung und Aufbau der Kapitel	40
Zur Methode	44
1 Als die Liebe auf den Markt traf	52
Die Säkularisierung der Liebe oder Liebe als neue Religion ..	57
Liebe zu verkaufen	64
Der Preis der Liebe	72
Allein in der Öffentlichkeit	78
Das Rendezvous und der Geist des Konsumismus	89
2 Von der romantischen Utopie zum amerikanischen Traum ..	102
»You could be here, now«	104
»Natürliche« Liebe	115
Liebe als unsichtbarer Reichtum	120
Codes verlieren an Kraft	127
3 Eine alles verzehrende Liebe	140
Die Welt wieder verzaubern	141
Eine verzehrende Leidenschaft	151
Der Luxus der Liebesromantik	163
Reise, Natur und Liebesromantik	170
Romantik als Liminalität	175
Liebe als Ware: Ideologie oder Utopie?	180
4 Reale Fiktionen und fiktionale Realitäten	188
Liebe auf den ersten Blick	194
Realistische Liebe	199
Realität als Fiktion	206
Fiktion als Realität	211
Zur postmodernen Lage der Liebe	214

5	Motive der Leidenschaft	226
	Eine sehr vernünftige Verrücktheit	233
	Sozioökonomische Grenzziehungen	239
	Moralische und persönliche Grenzziehungen	247
	Bildungsspezifische und kulturelle Grenzziehungen	250
	Ich rede und deshalb liebst du mich	253
	Liebe umsonst	263
6	Die Liebes-Klassen	271
	Die elementaren Formen romantischer Liebe	273
	Liebe als Differenz	276
	Liebe und symbolische Dominanz	293
	Klasse, Liebe und die Struktur des Alltagslebens	296
	Schluss: Ein Happy End?	315
	Die Geschichte von der Liebe	315
	Danksagung	326
	Index	329
	Literatur	332

Vorwort

Die Gründe, die uns dazu bewogen haben, die vorliegende Studie in die neue Reihe des Instituts aufzunehmen, bedürfen wohl kaum der ausführlichen Erläuterung. Jeder, der sich heute mit den Paradoxien der kapitalistischen Modernisierung beschäftigt, wird sehr schnell auf die Frage nach dem Schicksal von privaten, intimen Beziehungen stoßen; hier, in derjenigen Sphäre, die einst den ökonomischen Verwertungsprozessen am stärksten entgegengesetzt war, scheinen sich gegenwärtig die Zwänge des Marktes mit größter Deutlichkeit niederzuschlagen. Schon Adorno hat in seiner moralischen Phänomenologie des Alltagslebens, den »Minima Moralia«, dem Prozess der Auszehrung der Liebe durch bloß noch kalkulatorische Erwägungen erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt; unter den Aphorismen des Buches, die bis heute kaum etwas von ihrer irritierenden Eindringlichkeit verloren haben, ragen diejenigen heraus, die den Verlust der spontanen Fähigkeit zur hingebungsvollen, uneigennützigem Liebe beschreiben.¹

Seither geistert die Vorstellung, dass die Liebe durch die Zunahme egozentrischer oder strategischer Einstellungen ihr affektives Substrat verlieren könnte, in immer wieder neuen Gewändern durch das Gebiet soziologischer Zeitdiagnosen; mal kommt diese These als Produkt der psychoanalytischen Beobachtung einer gewandelten Charakterformation daher², mal als Vermutung im Umfeld der Diagnose eines allgemeinen Gemeinschaftsverlustes.³ Obwohl Eva Illouz das Interesse am Thema teilt, hat ihre Studie doch mit solchen zumeist haltlosen Spekulationen nichts gemeinsam. Vom Geschäft der bloßen Zeitdiagnose trennt sie nicht nur die strikte Orientierung an empirischer Forschung; als Soziologin ist sie vielmehr auch entschieden darum bemüht, das Phänomen der Liebe so weit wie eben möglich als ein beobachtbares Handlungsgeschehen zu begreifen, so dass wenig Raum für Spekulationen über psychische Motive oder gar unbewusste Mechanismen verbleibt. Es ist eine einfache, aber höchst ein-

1 Vgl. etwa Theodor W. Adorno, *Minima Moralia*, Frankfurt am Main 1951, Aphorismen 10, 11, 12, 107, 110.

2 Christopher Lasch, *Das Zeitalter des Narzißmus*, München 1982.

3 Robert N. Bellah u. a., *Gewohnheiten des Herzens. Individualismus und Gemein-sinn in der amerikanischen Gesellschaft*, Köln 1987, v. a. Teil I.

fallsreiche Umformulierung, die es der Autorin erlaubt, der Frage nach dem Einfluss des kapitalistischen Marktes auf die Liebe eine empirisch bearbeitbare Gestalt zu geben: Was, so fragt sie sich, ist aus der utopischen Idee der romantischen, von allen ökonomischen Erwägungen unabhängigen Liebe geworden, nachdem deren alltägliche Praxis durch den wachsenden Gebrauch von Konsumgütern in den Prozess der kapitalistischen Vermarktlichung einbezogen worden ist?

Verrät diese Fragestellung eine nicht unmaßgebliche Orientierung am Werk Max Webers, der ebenfalls am Schicksal ethischer Schlüsselideen im Prozess ihrer profanen Verwirklichung interessiert war, so schöpft Eva Illouz doch die zentralen Kategorien ihrer Analyse aus ganz anderen Traditionen der Soziologie: Bei der Bestimmung dessen, was als der utopische Gehalt des romantischen Liebesideals gelten kann, stützt sie sich auf die Religionssoziologie Durkheims, die konstitutive Bedeutung des Konsums für die Praxis der Liebe analysiert sie mit Hilfe des Ritualbegriffs Victor Turners, die Kulturosoziologie Bourdieus wird schließlich bei der Betrachtung von klassenspezifischen Varianten der neuen, konsumvermittelten Praxis der Liebe herangezogen. In dieser undogmatischen Offenheit für das Anregungspotential unterschiedlicher Theorien ist alles andere zu sehen als ein Hang zum Eklektizismus; wenn die methodische Idee der »grounded theory« vielmehr überhaupt Sinn besitzt, so in dem vorliegenden Fall, weil hier die verschiedenen Theorieelemente jeweils exakt zu dem Zweck herangezogen werden, theoretische Lücken in der Erklärung des empirischen Materials zu schließen. Die Studie von Eva Illouz ist in erster Linie eine empirische Untersuchung; den Rohstoff der Argumentation bilden statistische Daten, Fragebögen, Einzelinterviews, Bildinterpretationen und Inhaltsanalysen, die allesamt die wachsende Verschränkung von Konsum und Liebe zum Gegenstand haben. Wie sich aus dieser Masse von Material unter gezielter Heranziehung einzelner Theorien allmählich eine dichte Interpretation gegenwärtiger Praktiken der Liebe herauschält, macht den eigentlichen Reiz, ja das Abenteuer der Lektüre des vorliegenden Buches aus; dabei ist die Argumentation so vielschichtig, die Theorie am Ende so komplex, dass sich der Versuch einer kurzen Zusammenfassung als sinnvoll erweisen mag.

I.

Obwohl die vorliegende Studie im Wesentlichen auf die Erfassung der Gegenwart zugeschnitten ist, verlangt doch schon die im Titel angedeutete Prozessualität ein gewisses Maß an historischer Rahmung. Um erklären zu können, warum wir den Weg zur heutigen Form der Liebe als den Prozess eines »consuming of the romantic utopia«, des Konsums der Romantik, verstehen sollen, muss vorweg zumindest geklärt sein, was jene romantische Utopie im Ursprung bedeutet hat. Eva Illouz stützt sich an diesem historischen Ausgangspunkt ihrer Untersuchung auf Durkheim, um die These zu erläutern, dass im Prozess der gesellschaftlichen Modernisierung die Liebe zum zentralen Erfahrungsraum einer Utopie der Außeralltäglichkeit geworden ist: In dem Maße, in dem die zwischengeschlechtliche Liebe aus dem sakralen Kontext der christlichen Tradition herausgetreten ist, hat sie paradoxerweise all die gesteigerten Erlebnisqualitäten angenommen, die zuvor das religiös definierte »Heilige« mit einer Aura der Transgression umgeben hatten. Die efferveszierende Kraft, die vom kollektiven Erlebnis des Heiligen auf die affektive Begegnung zwischen Mann und Frau überspringt, stattet die säkularisierte Liebe mit einem Bedeutungsüberschuss aus, der auf ein Jenseits zum marktvermittelten Verkehr des bürgerlichen Lebens verweist: Im Vollzug der Liebe verlieren individuelle Interessen schlagartig ihre Vorrangstellung, so dass die Gefühlsbindung als eine höhere Form der Gemeinsamkeit wechselseitig erfahrbar wird.

Es ist diese symbiotische Erfahrung des Außeralltäglichen, die Illouz nun als den utopischen Kern der romantischen Liebe betrachtet. Inmitten all der Prozesse, die im Kapitalismus auf eine stärkere Rationalisierung sozialer Lebensbereiche drängen, stellt die Idee der bedingungslosen Vereinigung von Mann und Frau den einzigen Fluchtpunkt einer Überschreitung der herrschenden Ordnung dar: Orientiert am Prinzip der Verschwendung, ganz auf die symbiotische Verschmelzung mit dem Anderen gerichtet, verspricht die Liebe die Befreiung aus einer sozialen Welt, die zunehmend von marktförmigen, »kalten« Beziehungen beherrscht ist. Insofern ist die »Kultur des Kapitalismus«, um diesen heute wieder häufiger gebrauchten Begriff zu verwenden, am Anfang von einem Gegensatz zwischen technisch-ökonomischer Rationalität und Liebe geprägt, in dem die traditionale Zweiteilung in einen profanen und einen sakralen Handlungsbe-

reich auf neuer Stufe wiedergekehrt ist: Während in den Sphären der bürgerlichen Gesellschaft instrumentelle Orientierungen vorherrschen, wird die Sphäre der privatisierten Zweierbeziehung von utopischen Energien der Überschreitung und Verschwendung gespeist.

Diese kulturelle Ausgangslage muss sich nun aber in dem Maße verändern, in dem der kapitalistische Markt auch in die private Sphäre der Liebe einzudringen beginnt. Im ersten Kapitel ihres Buches entwickelt Eva Illouz nichts weniger als eine Archäologie der Vermarktlichungsprozesse, durch die jener Zustand einer Verschränkung von Konsum und Liebesbeziehung herbeigeführt worden ist, mit dem wir es heute zu tun haben sollen. Allerdings wird im Zuge dieser historischen Rückschau sehr schnell deutlich, dass es falsch wäre, hier nur von einem einseitigen Vorgang der Ökonomisierung von Intimbeziehungen zu sprechen; was sich im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts in den USA vollzieht, besitzt vielmehr die Gestalt einer komplementären Entwicklung, in der einerseits die Konsumwerbung zunehmend auf romantische Ideale ausgerichtet wird, während die Praktiken der Liebe umgekehrt verstärkt vom Warenkonsum abhängig werden. Voraussetzung des ersten Prozesses war ein langgezogener Wirtschaftsaufschwung, der es einem wachsenden Anteil der Bevölkerung durch Arbeitszeitverkürzung und Einkommenssteigerung erlaubte, Zeit und Geld für den Konsum von Luxusartikeln aufzuwenden; erst in diesem Zusammenhang entstand eine nationale Werbeindustrie, deren einzige Funktion es ist, in der Kombination von Bild und Text Assoziationen zu stimulieren, die die Wünsche der Konsumenten an bestimmte Markenartikel binden sollen. Anhand von Werbematerial aus jenem Zeitraum zeigt Illouz, dass die schnell expandierende Branche von Anfang an der Devise folgt, materielle Objekte als das tragende Verbindungsglied zwischen Menschen zu begreifen; daher bedient sich die Werbeindustrie schon bald geschickt jener visuellen Phantasien, die am utopischen Versprechen des romantischen Liebesideals haften, um sie für die Bewerbung einer breiten Palette von Produkten auszunutzen. Im Mittelpunkt der Werbung für Konsumartikel steht im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts, zumindest in den USA, die Liebesbeziehung, deren romantischer Charakter suggestiv von der Benutzung entsprechender Produkte abhängig gemacht wird.

Diesen Prozessen einer »Romantisierung der Waren« kommen von der ganz anderen Seite her die wachsenden Tendenzen einer »Ver-

sachlichung der romantischen Liebe« entgegen. Der Ausdruck der »Versachlichung«, den Illouz hier in Anspielung auf Georg Simmel verwendet, darf nicht dahingehend missverstanden werden, dass es sich dabei um die untergründige Reinigung aller Liebesbeziehungen von Affektgehalten handeln würde; vielmehr ist der Umstand gemeint, dass in jenem Zeitraum von dreißig Jahren eine Vielzahl von Konsumartikeln in den innersten Bereich der Zweierbeziehung einzudringen beginnen, indem sie in wachsendem Maße die entsprechenden Gefühle und Einstellungen symbolisch verkörpern. Gerade an dieser Stelle ihrer Studie erweist sich die archäologische Methode der Autorin als besonders fruchtbar, weil sie uns längst Vertrautes am Ursprungsort seiner Entstehung sichtbar werden lässt; das gilt vor allem für jene uns heute selbstverständliche Praxis des Rendezvous, die damals nahezu eine kulturelle Revolution darstellte, weil sie die bürgerliche Institution des »Vorsprechens« ablöste, die mittlerweile bis in die Kultur der Unterschichten vorgedrungen war. Der institutionellen Neuerung des Rendezvous, also dem selbstarrangierten Treffen eines verliebten, aber noch unentschlossenen Paares außerhalb der elterlichen Wohnung, fällt in der Darstellung von Eva Illouz deswegen eine so markante Rolle zu, weil erst mit ihr der Warenwelt ein Weg in das romantische Liebesabenteuer eröffnet wird; denn jetzt, nachdem sich das Kennenlernen, Werben und Flirten in der marktvermittelten Öffentlichkeit abspielen kann, sind die Partner darauf angewiesen, Konsumartikel zu verwenden, um ihrer Beziehung Gestalt und Form zu geben. Faszinierend ist es zu lesen, wie schnell damals das Restaurant, der Kinosaal, die Tanzstätte und das Auto zu denjenigen Lokalitäten wurden, an denen sich in aller Öffentlichkeit die intime Anbahnung privater Liebesbeziehungen vollzog; und weil die Benutzung dieser Orte an den Konsum einer Vielzahl von weiteren Objekten geknüpft ist, wuchern schon bald die Waren von allen Seiten in die Erfahrungswelt der Frischverliebten hinein. Im Rendezvous entsteht eine Legierung von Kaufakt und romantischem Erlebnis, die uns Heutigen so selbstverständlich erscheint, dass es tatsächlich erst des archäologischen Blicks bedarf, um sie uns in ihrer Historizität wieder sichtbar werden zu lassen: Der Kauf des Kinotickets an der Abendkasse, das gemeinsame Bestellen des Essens im Restaurant, der schnelle Auftrag an den Barkeeper, das alles sind zu Beginn des 20. Jahrhunderts erlernte Praktiken, in denen das Konsumieren zum symbolischen Ausdruck des Verliebtseins wird.

Mit der Kommerzialisierung des romantischen Ideals entsteht, was Eva Illouz eine neue »politische Ökonomie der Liebesbeziehung« nennt; ihr hervorstechendster Zug besteht in dem paradoxen Umstand, dass sich die Etablierung eines Massenmarktes für »romantische« Güter zwar der Aufnahme von kulturellen Praktiken der Unterschichten verdankt, diese aber aufgrund der relativ hohen Preistendenziell von ihm ausgeschlossen werden. Zu Beginn sind die Freizeitaktivitäten, in die das Rendezvous zunehmend eingeflochten wird, allein den Mitgliedern des städtischen Proletariats und der unteren Mittelschichten vorbehalten; deren moderat hedonistische Alltagsmoral erlaubt es, Vergnügungen in Tanzpalästen und Kinosälen nachzugehen, während die Anstandsetiketten der restlichen Bevölkerungsschichten solche ausufernden, schwer kontrollierbaren Praktiken untersagen. Erst in dem Augenblick, in dem die neue Kultur- und Freizeitindustrie gezielt die architektonischen Standards der Vergnügungsstätten anhebt, um einen erweiterten Abnehmerkreis zu finden, fallen allmählich die moralischen Schranken der Mittelschichten; nun erobern die Söhne und Töchter ökonomisch privilegierter Eltern jene Tanzpaläste und Kinoräume, in denen zuvor nur die ärmeren Schichten nach Unterhaltung gesucht hatten, so dass in den dreißiger Jahren ein kulturindustrieller Massenmarkt entstanden ist, der der Anbahnung von Liebesbeziehungen im Rendezvous als öffentliche Bühne gilt. Allerdings ist es gerade der ökonomische Erfolg dieser Vergnügungseinrichtungen, der die Preise und den Luxus dermaßen ansteigen lässt, dass die sozialen Unterschichten alsbald von jenem Markt wieder ausgeschlossen werden. Was zu Beginn des Jahrhunderts als eine kulturelle Machtergreifung der Unterschichten begonnen hatte, endet nach dreißig Jahren mit der Besorgnis der Arbeiteröhne, ihren Freundinnen die glamourösen Erlebnisse der Kulturindustrie nicht mehr bieten zu können.

Nun beleuchten diese Darstellungen nur die Anfänge eines Prozesses, dessen irritierende Züge sich im Laufe des Jahrhunderts noch steigern sollten. Eva Illouz überspringt beinahe vollständig die sechzig Jahre, die zwischen den dreißiger und den neunziger Jahren liegen, um erst mit der soziologischen Untersuchung der »postmodernen Liebesordnung« wieder einzusetzen; auf die Konsumpraktiken, mit deren Hilfe heute die Beziehungspartner ihrer Liebe Ausdruck und Dauer zu verleihen versuchen, ist der eigentlich empirische Teil ihrer Studie zugeschnitten. War es gerechtfertigt, den Blickwinkel des

eröffnenden, historischen Kapitels als »archäologisch« zu bezeichnen, so ist es wohl nicht falsch, die Perspektive dieser zentralen Kapitel des Buches »ethnologisch« zu nennen; denn auch hier gelingt es der Autorin, alltägliche Rituale unserer Lebenswelt in einer solch distanzierten Einstellung zu beschreiben, dass sie ihre Selbstverständlichkeit schlagartig verlieren und in all ihrer Fremdartigkeit, ja Fragwürdigkeit in Erscheinung treten. Vielleicht ist es das größte Kunststück, das Eva Illouz in ihrer Studie gelingt, bei diesem Maß an theoretischer Distanzierung die untersuchten Subjekte an keiner Stelle der Lächerlichkeit preiszugeben; deren Sorge, deren Bemühungen, ihrer Liebe im Konsum Halt zu geben, werden vielmehr in einer Weise ernst genommen, als sei die Außenverlagerung des Blicks dem moralischen Impuls einer Verteidigung des romantischen Anspruchs der Liebe entsprungen.

II.

Der Begriff des »Rituals«, der soeben noch ganz beiläufig verwendet wurde, spielt im Hauptteil der vorliegenden Studie eine tragende Rolle. Eva Illouz stützt sich auf das Werk des großen Ethnologen Victor Turner, dem im deutschsprachigen Raum bis heute die angemessene Würdigung versagt geblieben ist, um die Bedeutung des Konsums für die Konstruktion postmoderner Liebesbeziehungen aufzuzeigen. In den sechzig Jahren, die sie in ihrer Studie weitgehend ausblendet, ist nach ihrer Überzeugung die Verschmelzung von romantischer Liebe und Warenkonsum erheblich fortgeschritten; heute scheint kein Moment der Liebesbeziehung, weder der Prozess der Anbahnung noch die lange Etappe gelebter Intimität, nicht mit Akten des Kaufs und der Verwendung von Konsumartikeln ausgefüllt. Nähert man sich der Bedeutung dieses Konsumismus allerdings von den äußeren Rändern her, indem zunächst die Verwendung des romantischen Ideals in der zeitgenössischen Werbung untersucht wird, so stößt man auf eine Reihe von auffälligen Differenzen zum ersten Drittel des Jahrhunderts: Es ist nicht mehr so sehr das Thema des Luxus mit all seinen ostentativen Zügen, das im Zentrum der visuellen Darstellungen steht, sondern es sind die Erfahrungsschemata der Natur, des Reisens und der Intimität, die zur suggestiven Verknüpfung von Liebe mit bestimmten Konsumartikeln herange-

zogen werden; zwar bestimmt weiterhin der Bedeutungshorizont des romantischen Erlebens den größten Teil der Werbung, aber in den bildlichen Vordergrund sind die mit ihnen verknüpften Chancen des gemeinsamen Ausstiegs aus dem routinisierten Alltag getreten. Mit dieser Tendenz mag die zweite Differenz zusammenhängen, die am einfachsten auf die Formel zu bringen ist, dass heute im Gegensatz zu früher die Ehe bildlich dem Zustand des Verliebtseins angeglichen wird; in den Darstellungen tauchen die Attribute des ehelichen Alltagslebens nur noch höchst spärlich auf, wie um den Eindruck zu erwecken, dass sich das Verheiratetsein in einer permanenten Wiederholung romantischer Intimität erschöpft. Beide Veränderungen zusammengenommen deutet Illouz als Ausdruck der Tendenz, die Konsumenten dadurch verstärkt an bestimmte Markenartikel zu binden, dass deren Tauglichkeit zur Erzeugung einer alltagsabgewandten, ja naturnahen Zweisamkeit in den Vordergrund gestellt wird. Würde man vom Bildgehalt der Werbung kurzerhand auf die soziale Realität schließen, so ließe sich daher vermuten, dass in der Liebe heute der Konsum im Wesentlichen der Bekräftigung des Gefühls dient, in der Abgeschiedenheit von zivilisatorischen Routinen zum Erlebnis wahrhaftiger Gemeinsamkeit zu gelangen.

Allerdings ist Eva Illouz ihrem ganzen disziplinären Geist nach doch viel zu sehr Soziologin, als dass sie einen solchen Fehlschluss begehen könnte. Der Analyse des Bildgehaltes der zeitgenössischen Werbung lässt sie eine interviewgestützte Untersuchung der Vorstellungen folgen, die die Subjekte heute vom Ideal romantischer Liebe besitzen; und hier, an dieser Stelle ihrer Studie, kommt nun jener Begriff des »Rituals« zum Tragen, den sie dem ethnologischen Werk von Victor Turner entnimmt. Die Gewährspersonen, die nach Gesichtspunkten der Repräsentanz sowohl von Schicht- als auch von Geschlechtszugehörigkeit ausgewählt wurden, sollten im Laufe der Interviews aus einer Vielzahl von Bildern mit Paaren diejenigen aussuchen, die am ehesten ihren Assoziationen einer romantischen Beziehungssituation entsprechen; in diesem Zusammenhang mag die Bemerkung hilfreich sein, dass das Wort »romantisch« in der englischen Sprache vollkommen ambivalenzfrei zur Bezeichnung von besonders intensiven, atmosphärisch aufgeladenen Momenten der Liebe verwendet werden kann, während es in der deutschen Sprache dieselbe Unzweideutigkeit nur in Anwendung auf bestimmte Ideen oder Denker besitzt. Auf jeden Fall war das Ergebnis der Befragung in-

sofern recht eindeutig, als fast alle Interviewpartner denjenigen Bildern den Vorzug gaben, auf denen die Liebespaare in der »pastoralen Einfachheit« einer ländlichen Umgebung abgebildet waren, die Freiheit von alltäglichen Routinen versprach; mit Ausnahme einige Angehöriger der Oberschicht, die ironische Distanz demonstrierten, widersprach keine der befragten Personen der Vorstellung, dass Momente der wahren Empfindung von Liebe nur in der Abgeschiedenheit vom beruflichen und häuslichen Alltag, also während der Freizeit oder auf Reisen, gefunden werden können. So erwartbar das damit umrissene Ergebnis nun auch sein mag, so entschieden scheint es gleichzeitig der Beobachtung zu widersprechen, dass heute die Beziehungen der Liebe ganz wesentlich durch den Konsum von Waren vermittelt sind; denn wie soll, um es zugespitzt zu sagen, die gemeinsame Befreiung vom Arbeitsalltag gelingen, wenn dabei kontinuierlich Artikel verwendet werden, deren Kauf wiederum an den ökonomischen Markt bindet.

Der Auflösung dieses Widerspruchs unter Zuhilfenahme des Ritualbegriffs Turners verdankt sich die These, die ohne jede Frage eine der zentralen Einsichten der vorliegenden Studie ausmacht: Der Kauf und Konsum bestimmter Produkte stellt für die Subjekte, so formuliert es Eva Illouz, eine Art von »liminalem« Ritual dar, mit dem sie sich zu zweit aus den Fesseln des Alltags befreien, um sich in den Zustand eines intensivierten, »echten« Liebesgefühls zu versetzen. Der Begriff der »Liminalität«, den Turner zunächst in seinen ethnologischen Untersuchungen geprägt und später auf moderne Gesellschaften übertragen hat⁴, soll jenen Schwellenzustand bezeichnen, in dem sich die Individuen oder Gruppen befinden, nachdem sie sich rituell von der herrschenden Sozialordnung gelöst haben. Als besonders typisch für diese Übergangsphasen wird die Tatsache betrachtet, dass sie Erfahrungen der emotionalen Verschmelzung mit den beteiligten Subjekten erlauben, ohne die Erinnerung an die verlassene Statushierarchie vollkommen zu löschen; insofern stellen sie, wie Turner sagt, Augenblicke »in und außerhalb der Zeit«⁵ dar, die eine klare Unterscheidung zwischen Fiktion und Realität, zwischen bloßer Phantasie und unabhängiger Wirklichkeit nicht zulassen. Solche Formulierungen könnten zum Anlass genommen werden, den Zusammenhang näher zu prüfen, der zwischen der Idee der »Liminalität«

4 Victor Turner, *Das Ritual. Struktur und Anti-Struktur*, Frankfurt/New York 1984.

5 Ebd., S. 96,

und jenen Überlegungen besteht, die Donald Winnicott mit Hilfe des Begriffs der »Übergangsobjekte« formuliert hat; denn es klingt ja wie eine psychoanalytische Bestätigung der These Turners, wenn Winnicott festhält, dass auch noch Erwachsene periodisch der Wiedereinkehr in die intermediären Zustände bedürfen, in die Kleinkinder sich mit Hilfe ihrer »transitional objects« versetzen, um die Kluft zwischen symbiotischer Erfahrung und objektiver Realität zu überbrücken.⁶ Illouz freilich, hier wieder die konsequente Soziologin, beschränkt sich bei ihrer Aufnahme des Begriffs der »Liminalität« allein auf jene Elemente, die gewissermaßen Bestandteil der sozialen Realität sind; ihre These ist es, dass die Subjekte sich rituell mit Hilfe von Konsumartikeln in jene Schwellenzustände hineinbegeben, die Erlebnisse intensiver Gemeinschaftlichkeit und Liebe gewähren.

Um diesen Gedankengang rechtfertigen zu können, verwendet Eva Illouz große Mühe darauf, möglichst genau den Einsatzort der Konsumartikel in den Liebespraktiken zu bestimmen. In den Interviews hatte sich gezeigt, dass die Befragten vor allem Luxusgüter mit den Phantasien oder Erinnerungen verknüpften, die sie im Hinblick auf romantische Erlebnisse besitzen; und stets schienen diese Güter wie Sperrriegel zu funktionieren, die es erlaubten, emotionsgeladene Situationen vom Rest des Alltags abzugrenzen. Werden solche Befunde ernst genommen, so springt an den Luxusartikeln eine Eigenschaft ins Auge, die ihnen das Potential zur nachreligiösen Ritualbildung verschafft; sie verfügen, so sagt Illouz, über genügend symbolische Differenzierbarkeit, um als Ressourcen einer Ausschmückung und Formalisierung dienen zu können, die aus Kommunikationen zereemonielle Veranstaltungen macht. Daher stellt die Konsumtion der Luxusartikel selbst bereits das Ritual dar, mit dessen Hilfe sich die Paare in jene Schwellenzustände versetzen, die sie dem ökonomisch bestimmten Alltag enthoben sein lassen: Die förmliche Bestellung des Menüs im Restaurant, der feierliche Besuch einer Theateraufführung, die Vorkerhungen zum Antritt der Fernreise bilden jeweils theatralische Akte, durch die eine romantische Atmosphäre geschaffen wird, die die Beziehungen aus dem profanen Bereich interessegeleiteter Interaktionen herausreißt. Eva Illouz zieht aus diesen Beobachtungen eine Konsequenz, für die sie selbst den Begriff der »sozialen Paradoxie« verwendet: Die Subjekte setzen sich in ihren

6 Donald Winnicott, Vom Spiel zur Kreativität, Stuttgart 1974, bes. Kap. 1.

Praktiken der Liebe gerade dadurch rituell dem ökonomischen Markt entgegen, dass sie von Luxusartikeln zeremoniell Gebrauch machen, welche sie ihrerseits nur durch wirtschaftliche Transaktionen auf jenem Markt erwerben können – oder, um es noch zugespitzter zu sagen, es ist allein der Warenmarkt, sein Reichtum an affektiv besetzbaren Symbolen, der heute die antiutilitaristischen Motive des romantischen Liebesideals am Leben erhält.

Freilich gilt für all diese Überlegungen, was schon über die theoretische Einstellung der Studie im Ganzen gesagt wurde. Nirgends schleicht sich in die Darstellung ein Ton ein, der von kulturkritischer oder gar moralischer Überlegenheit zeugen würde; zwar werden jene Konsumpraktiken aus der methodischen Distanz beobachtet, die nötig scheint, um sie überhaupt aus dem schwer zu entwirrenden Dickicht unseres Alltags herausheben zu können, aber das führt nicht zu einer lebensweltlichen Reserviertheit, die sie triumphierend der Lächerlichkeit preisgeben würde. An vielen Stellen klingt im Gegenteil im nüchternen Duktus der soziologischen Analyse die Überzeugung an, dass in Zeiten »reiner«, allein noch auf emotionale Zuneigung gestützter Beziehungen⁷ tatsächlich solche Konsumpraktiken ein legitimes, angemessenes Mittel bilden können, um der wechselseitigen Liebe symbolisch Halt und Dauer zu geben. Ja, manche Sätze erwecken gar den Eindruck, als wolle die Autorin sagen, dass es ein bewunderungswürdiges Maß an Kreativität und Phantasie offenbare, wenn die Subjekte das breite Angebot an Luxusgütern zur rituellen Stabilisierung ihrer gefährdeten Liebesverhältnisse nutzen. Das alles ist denkbar weit von jenen kulturkritischen Bedenken entfernt, die sich in Adornos »Minima Moralia« finden; hier, bei Eva Illouz, ist nicht die Rede davon, dass gegenwärtig Gefühle echter Zuneigung verkümmern oder durch strategische Orientierungen in die Regie genommen werden. Zwar wird von ihr verschiedentlich erwähnt, dass das Interviewmaterial den Schluss auf eine gewisse Tendenz zur Illusionsbildung bei den Befragten zulasse: Wie um sich die Utopie einer Freiheit von allen ökonomischen Verstrickungen zu bewahren, neigen die Beziehungspartner nämlich dazu, den Konsumcharakter ihrer eigenen Liebespraktiken zu verkennen. Aber dieser Illusionismus, der die Waren hinter den konkreten Personen verschwinden lässt, darf aus der Sicht von Illouz nicht darüber hinwegtäuschen, dass

7 Anthony Giddens, Wandel der Intimität. Sexualität, Liebe und Erotik in modernen Gesellschaften, Frankfurt am Main 1993, v. a. Kap. 4.

der Gütermarkt heute zunächst und vor allem eine wahre Fundgrube für die Anstrengungen der Subjekte ist, das romantische Liebesversprechen in die Tat umzusetzen.

Nun bleibt es in der Studie allerdings nicht bei einer solchen eher versöhnlichen, optimistischen Tonlage. Konnte man bisher den Eindruck gewinnen, dass Illouz an der postmodernen Konsumkultur des gegenwärtigen Kapitalismus beinahe ausschließlich die Fülle an neuen Freiheitschancen und Ausdrucksmöglichkeiten wahrnimmt, so verschiebt sich dieses Bild erheblich, sobald sie auf die Selbsterfahrung der Subjekte zu sprechen kommt. Der Teil, den sie ihrer soziologischen Verteidigung des Konsumismus folgen lässt, widmet sich den Effekten, die die wachsende, häufig jedoch verkannte Orientierung an den fiktiven Vorlagen der Werbung für die lebensgeschichtlichen Perspektiven der Beteiligten besitzen; und jetzt, da nicht mehr Praktiken, sondern Selbstbeschreibungen untersucht werden, ändert sich mit dem Gegenstand auch der Blick der Autorin, der nun ungleich skeptischere Züge annimmt. Nicht falsch ist es, in diesem Wechsel der Einstellung eine Wiederannäherung an die pessimistische Diagnose zu sehen, die Adorno den Chancen der Liebe in seinen »Minima Moralia« gestellt hatte; insgesamt lassen sich die abschließenden Kapitel der Studie von Eva Illouz als ein Versuch verstehen, die sozialen und kulturellen Kosten zu benennen, die die Vermarktlichung der romantischen Liebe heute mit sich bringen.

III.

Wenn Adorno in den »Minima Moralia« behauptet, dass »Liebe« heute an dem »Wert« erkaltet, »den das Ich sich selber zuschreibt«,⁸ so hat er dabei einen Prozess der allgemeinen Durchsetzung strategischer Orientierungen vor Augen: Das »reine Gefühl«, das einmal als »bürgerliche Idee von Liebe« der bürgerlichen Gesellschaft als Sphäre der »Anstrengung des Willens« entgegengesetzt war,⁹ ist unter dem Druck der individuellen Selbsterhaltung inzwischen einer Neigung zur »passive(n) Grausamkeit und selbstzerstörende(n) Einbildung« gewichen. Es ist genau diese Art von Zeitdiagnose, der in der vorliegenden Studie bislang die Stirn geboten wird; so intensiv Eva

8 Theodor W. Adorno, *Minima Moralia*, a. a. O., S. 314.

9 Ebd., S. 322f.

Illouz im ersten Teil ihres Buches dem Vorgang einer Kommerzialisierung der Liebe nachspürt, so entschieden scheint sie angesichts ihrer Befunde doch auf der These zu bestehen, dass die Subjekte in all dem Konsum nichts anderes suchen als rituellen Halt und Ausdruck ihrer romantischen Hoffnungen auf Zweisamkeit. Mit der Hinwendung zu den narrativen Schemata, die ihre Interviewpartner bei der Erzählung der Biographie des eigenen Liebeslebens bevorzugen, erlangt nun allerdings eine andere Sichtweise die Vorherrschaft; in den Mittelpunkt der Darstellung tritt jetzt zum ersten Mal jener Typ des ichbezogenen, bloß kalkulierenden Konsumenten, der Adorno offenbar vor Augen stand, als er von der Erkaltung der bürgerlichen Idee von Liebe sprach.

Bei der Überprüfung der Erzählformen, mit denen die Subjekte ihre autobiographischen Erinnerungen an die Wege ihrer Liebe wiedergeben, muss Eva Illouz feststellen, dass von ein und derselben Person häufig zwei miteinander unvereinbare Schemata ins Spiel gebracht werden: Kurze, prägnante Geschichten über intensive Liebesaffären stehen unvermittelt neben behutsamen Schilderungen des einen, langwierigen Prozesses, der zur Etablierung einer dauerhaften Beziehung geführt hat. An dieser Aufspaltung in zwei Parallelgeschichten ist weniger der Umstand auffällig, dass erotische Abenteuer und längerfristige Engagements getrennt geschildert werden, als vielmehr das unvermittelte Nebeneinander von gänzlich verschiedenen Erzählrhythmen: Werden die Affären selbst retrospektiv noch im zeitlichen Rhythmus sich überstürzender, ordnungssprengender Ereignisse dargestellt, so gilt für die dauerhaften Liebesbeziehungen umgekehrt, dass sie dem temporalen Schema der kontinuierlichen Reifung folgen. Von Bedeutung sind diese unterschiedlichen Formen der Verzeitlichung für Eva Illouz aber vor allem deswegen, weil sie auf eine Diskrepanz in den individuellen Lebenserzählungen verweisen, die viel tiefer reicht, als auf den ersten Blick zu erkennen ist. Das Muster zeitlicher Diskontinuität kommt nach Auffassung von Illouz immer dann zum Tragen, wenn die Subjekte sich narrativ auf jene vergangenen Momente ihres Liebeslebens beziehen, als deren Quelle sie die körperliche Erregung in der intersubjektiven Begegnung betrachten; demgegenüber gelangt die Temporalform der kontinuierlichen Abfolge in den Erzählungen zur Anwendung, sobald nicht mehr solche Erregungszustände, sondern die mühsame »Arbeit« an der Errichtung langfristiger Beziehungen geschildert wird. Insofern