2018/09 dschungel

https://jungle.world/artikel/2018/09/gefuehlte-wahrheit

Das Buch »Wa(h)re Gefühle« von Eva Illouz

Gefühlte Wahrheit

Von **Konstantin Nowotny**

In dem von ihr herausgegebenen Sammelband »Wa(h)re Gefühle« fragt die Soziologin Eva Illouz einmal mehr nach der Konstitution der Gefühlswelt im Kapitalismus.

Jedes Jahr fährt ein Truck erbarmungslos durch die Städte und Wohnzimmer. Viele Erwachsene und noch mehr Kinder kennen ihn. Eingeläutet wird seine Erscheinung durch rote Leuchtreklame und gnadenlose Beschallung mit Melanie Thorntons Lied »Wonderful Dream«. Im TV-Spot mit dem weihnachtlichen Coca-Cola-Truck leuchten die Kinderaugen bei der mystischen Ankunft des festlichen Lastkraftwagens fast so, als wäre es der leicht adipöse Geschenkebringer selbst, der erscheint. Dessen Gestaltung hat der Brausekonzern ebenso erfolgreich besetzt wie einen guten Teil der Bilder und Gefühle, die wir stereotypisch mit Weihnachten verbinden.

Das Fest, das jahrhundertelang weder etwas mit Trucks noch mit Limonade zu tun hatte, weckt heute mit solchen Konsuminszenierungen starke Erwartungen an ein bestimmtes »weihnachtliches« Gefühl. Coca-Cola beherrscht dieses Spiel mit den Erwartungen perfekt, der Konzern koppelt seit eh und je positive Gefühle mit einer Konsumpraxis. Beinahe alles an der Limonade als Marke transzendiert ihren Nutzwert. Coca-Cola ist fast schon reines, verkauftes Gefühl: Liebe, Freundschaft, Glück – »Mach dir Freude auf«.

Nun ist die These, dass den Konsumenten im Spätkapitalismus neben rein materiellen Produkten auch Gefühle verkauft werden, nicht neu. Der französische Poststrukturalist Jean Baudrillard schrieb darüber in seiner »Konsumgesellschaft« bereits 1970. Die israelische Soziologin Eva Illouz griff dieses Thema einige Jahre später wieder auf und veröffentlichte mehrere Bücher dazu. Besonders interessierte sie, wie der Konsum über die Bindung ans Gefühl ganze Sphären des Alltagslebens strukturiert. In ihrem Debüt »Der Konsum der Romantik« beschrieb sie, wie die Praxis der Liebe von Konsumpraktiken durchdrungen ist. Was als typisch romantisch gilt, wird durch den Markt bestimmt. »Romantik« lässt sich kaufen: Kino, Restaurantbesuche, Blumen – eine Liebesbeziehung gelingt zu großen Teilen, wenn die Akteure adäquat auf das Gefühlsmarketing reagieren.

Neben der »Ware Gefühle« entwirft Illouz so gleichermaßen eine Theorie der »gefühlten Wahrheit«; eine, die im vergangenen Jahr gerade im rechten politischen Lager von Trump bis zur AfD die Weltsicht bestimmt.

Nach dem »Konsum der Romantik« von 1997 folgten viele weitere Bücher von Illouz über die Gefühle und den Kapitalismus, über die Liebe, aber auch über den westlichen Therapiekult oder ihre Wahlheimat Israel. Ihre neueste Veröffentlichung heißt in der deutschen Übersetzung »Wa(h)re Gefühle«. Anders als bisher ist Illouz diesmal nur Herausgeberin und schrieb lediglich Einleitung und Schluss des Bandes. Der Rest der knapp 300 Seiten besteht aus Beiträgen von Studierenden, die bei ihr an der Hebräischen Universität in Jerusalem gelernt haben.
Trotz dieser Beschränkung gelingt Illouz in »Wa(h)re Gefühle« eine pointierte Weiterentwicklung ihrer soziologischen Theorie. Axel Honneth, der für die deutsche Ausgabe ein Vorwort schrieb, staunt über diese nicht schlecht: »Die radikale Lesart lautet nämlich«, meint er, »dass die Individuen sich die dargebotenen Stimuli aktiv zu eigen machen, um mit ihrer Hilfe ihre Emotionen in warenförmige Größen zu verwandeln, die zu unterschiedlichen, rational kalkulierten Zwecken der Vorteilsgewinnung zu verwenden sind.«

Ein Beispiel im Buch erklärt das gut: »Entspannung« ist ein von der Tourismusbranche im Komplettpaket verkauftes Gut. Die Konsumenten tauschen harte Währung gegen artifiziell hergestellte Erholung, die sie trotzdem als authentisch empfinden und nutzen, um sich erneut rationale Vorteile in der Lebensführung zu verschaffen. Zu Ende gedacht bedeutet das – und Illouz möchte ihre Theorie explizit so verstanden haben – dass es im Konsumkapitalismus keinerlei Unterscheidungsmöglichkeit zwischen »authentischen« und »künstlichen« Gefühlen gibt.

Das wäre in der Tat radikal, schließt aber an verschiedene postmoderne Kapitalismustheorien an, die dem System unterstellen, die Unterscheidung zwischen echt und unecht immer mehr zu erschweren, da Wahrheit selbst den Produktionsbedingungen unterworfen sei. Als Konsequenz daraus verabschiedet man sich selber theoretisch von der Unterscheidung zwischen wahr und falsch.

So blieben nur »wahr« und »gefühlt wahr« – wobei Letzteres keinesfalls weniger authentisch wirkt. Illouz skizziert, wie die amerikanische Talkshow-Moderatorin Oprah Winfrey ein Buch vorstellte, dessen biographisch erzählte Geschichte eines Drogenabhängigen sich später als größtenteils erfunden herausstellte. Zwar zeigte sich Winfrey zunächst brüskiert, revidierte aber später: Die Geschichte, ob erfunden oder nicht, erzeuge schließlich reale Emotionen, und das sei gut. Ich fühle es doch – wie kann das falsch sein?

»Ware Gefühle« und »gefühlte Wahrheit«

Neben der »Ware Gefühle« entwirft Illouz so gleichermaßen eine Theorie der »gefühlten Wahrheit«; eine, die im vergangenen Jahr gerade im rechten politischen Lager von Trump bis zur AfD die Weltsicht bestimmt. Längst haben Fakten für Teile der Bevölkerung ihre Legitimität zur Beschreibung von Sachlagen verloren. Was wahr ist, zeigt das Gefühl an – und wenn, beispielsweise, »Überfremdung« gefühlt wird, ist die reale Migrationsquote egal.

Eine solche unmittelbar einleuchtende Diskussion von »alternativen Fakten« bleibt im Sammelband leider aus. Die verschiedenen Beiträge in »Wa(h)re Gefühle« beleuchten Illouz' Kernthese dennoch eindrücklich unter verschiedenen Gesichtspunkten: Stimmungsmusik als »Ohrentropfen« zur Erzeugung von Ambiente, Coaching und Psychotherapie als teuer bezahlte Glücksdienstleistung im Neoliberalismus, Horrorfilme als kommodifizierte Angst.

Seine stärkste Stelle hat der Sammelband zum Schluss, wo sich Illouz erneut selbst zu Wort meldet und ihre These einer kritischen Reflexion unterzieht. Was Honneth im Vorwort beinahe bestürzte, versucht sie zum theoretischen Programm auszubauen: Wie soll kritische Gesellschaftstheorie noch möglich sein, wenn sich authentische und gefühlte Wahrheit nicht mehr voneinander unterscheiden lassen?

Ihr Vorschlag: Es braucht eine »postnormative Kritik emotionaler Authentizität«. Gefühle seien, so Illouz, nie etwas rein Innerliches, sondern eine Konstruktion, deren historische Ursprünge es aufzudecken gelte, ohne zu moralisieren. »Künstliche« Gefühle erzeugen reale Regungen, wie an ihrem Winfrey-Beispiel gezeigt. Illouz möchte, wie in ihren anderen Büchern, Kritik am Kapitalismus üben, ohne dabei eine scheinbar überlegene Position für sich zu beanspruchen.

»Love is the reason, it's always the real thing«, tönt Melanie Thornton alle Jahre wieder aus den Lautsprechern. Mit Illouz müsste man ihr entgegnen: Nur weil es Liebe ist, ist es noch lange nicht echt. Wer Illouz' Anspruch an eine postnormative Theorie der Gefühle verstehen will, führt sie am besten zurück auf ihr Lieblingsthema. Mit einigem Zynismus lässt sich der Genuss einer Cola und das dabei empfundene Glück noch ertragen, selbst wenn der Genießer über die Ursachen seines konstruierten Gefühls aufgeklärt sein mag. Dass aber selbst das am »authentischsten« geglaubte aller Gefühle, jenes der Liebe, wie alle anderen ein historisch-gesellschaftlich erzeugtes sein könnte, ruft ein Unwohlsein hervor, das den normativ kritisierenden Gestus kaum mehr nötig hat.

Eva Illouz (Hrsg.): Wa(h)re Gefühle. Authentizität im Konsumkapitalismus. Suhrkamp, Berlin 2018, 332 Seiten,
22 Euro

© Jungle World Verlags GmbH