



Thiedeke, Udo, *Die Liebe der Gesellschaft. Soziologie der Liebe als Beobachtung von Unwägbarkeit*, Nomos Verlag, Baden-Baden 2020, 186 S., geb., 39 €

Die Liebe ist eins der großen Rätsel der menschlichen Existenz, und gleichzeitig setzen viele Soziologen alles daran, sie zu entzaubern, sie rückzuführen auf ganz normales soziales Handeln, gern sogar: auf kalkulierendes Handeln. So der Tenor etlicher Autoren aus dem Feld, von Randall Collins bis Eva Illouz, die meinen, Liebe sei nur eine Tarnung für die nutzenmaximierende Jagd nach der besten Partie, und das Internet habe die Jagdgelände noch einmal deutlich vergrößert und besser zugänglich gemacht.<sup>1</sup> Udo Thiedeke hält dagegen. Mit Luhmann versteht er romantische Liebe nicht als eine Abart von Nutzenmaximierung, sondern als eine genuin eigengesetzliche, irreduzible Sozialform, entwickelt in der modernen Gesellschaft entsprechend ihren Strukturgesetzen von Autonomie, Eigenlogik und funktionsspezifisch codierter Kommunikation.

Die Eigengesetzlichkeit der Liebe besteht darin, dass zwei Menschen übereinkommen, wechselseitig Verständnis für all ihre Eigenarten und Obsessionen aufzubringen, die Tiefen und Untiefen der je anderen Person auszuleuchten und kommunikativ zur Geltung zu bringen. Liebe konstituiert ein Sozialsystem, das durch höchste wechselseitige Relevanz und emotionale Bezogenheit geprägt ist, von der „selbstgenügsamen Selbstbezüglichkeit der Liebenden“ (71) in der Verliebtheitsphase bis zu einrastenden Erwartungskorsetts und Konsensfiktionen in späteren Phasen. Hier wird mit aller gebotenen Unvernunft kommuniziert, begehrt, sich hingeeben, gelitten und interpenetriert – „interpenetriert“ im Luhmann-Sinn, wo dieser Begriff

die wechselseitige Durchdringung von psychischen und sozialen Systemen bezeichnet (aber gelegentlich natürlich auch im landläufigen Sinn). Daran hat die Liebe Anspruch und Aufgabe genug; weitere Zielsetzungen und Reduktionsrichtungen braucht sie nicht, sie hat an dieser schon genug zu knabbern. Es ist durchaus unwahrscheinlich, dass es gelingt, dass zwei Menschen sich in dieser Weise aufeinander einlassen und das zu kommunikativen Erfolgen – statt zu Scheitern, Streit, Sprachlosigkeit, Entfernung, Entfremdung, Enttäuschung – führt. Manche sagen, Liebe ist, wenn man es ein Leben lang aushält, einen Menschen jeden Tag am eigenen Frühstückstisch sitzen zu sehen.

Liebe oder Intimkommunikation ist so gesehen dafür freigestellt und sogar dazu angewiesen, sich dem Höchstpersönlichen und der Verschlingung oder „Vergemeinschaftung des Höchstpersönlichen“ (150) zu widmen. Dies ist ihre gesellschaftliche Funktion, und Symbol und Katalysator dafür ist die Unvernunft oder gar Widernunft der Liebe, des blinden und aberwitzigen Sich-Verliebens. Das Liebesgeschehen mutet der Gesellschaft einiges zu, nämlich das plötzliche Ausscheren von Menschen aus den üblichen Konventionen und Kriterien sozialverträglichen Verhaltens; aber es liefert ihr auch etwas, nämlich die Versorgung ihres Personals mit einem psychisch stabilisierenden Nahumfeld, wo persönliche Bekanntheit und Vertrautheit herrscht und das Individuum in seiner unverwechselbaren Einzigartigkeit zum Zuge kommt. Liebe ist damit gleichzeitig eine „sozial explosive“ (136) und eine sozial erwartete und gesellschaftlich funktionale Kommunikationsform.

Wenn das Kommunikationsmedium der romantischen Liebe einmal etabliert ist, hat das weitere Folgen für und Begleiterscheinungen in der Gesellschaft. So wird etwa Sex eingemeindet oder eingesaugt in seinen Gravitationsbereich, womit „freie“ Formen von Sexualität – Mätressen, Affären, Abenteuer, Orgien, BDSM-Sessions – delegitimiert und an den Rand des gesellschaftlich Geduldeten gedrängt werden. Sexualität wird jetzt bevorzugt als Liebespraktik betrieben, als Ausdruck des auf die Person gerichteten Begehrens und Intim-miteinander-Seins. Liebe zieht so aus dem Sex einen sozialen Mehrwert, sie „macht Körper und Körperlichkeit sozial anschlussfähig“ (102); nimmt ihm dafür aber auch seinen rein körperlichen Überschussgehalt jenseits von sozialer Verortung und Verpflichtung. Weiter findet die Liebe einen Niederschlag in den Massenmedien, die ihr schon immer als Triebkraft und Propagandamaschine dienten, indem sie das Schema des aufblitzenden und unausweichlich zuschlagenden Liebesglücks wieder und wieder vorführen, bis auch der oder die Letzte es verinnerlicht hat. Das schließt eine gewisse Institutionalisierung des Leidens an der Liebe ein, vom noch relativ süßen Unglücklich-Verliebtsein bis zum Versauern in verknöcherten Paarbeziehungen und zu Reparaturangeboten wie Paartherapie. Dagegen treten ökonomische Erwägungen beim Eingehen von Paarbeziehungen eher in den Hintergrund, die Orientierung der Partnerwahl an der Größe des Geldbeutels oder dem Preis von Geschenken wird dem Intimitätsaspekt untergeordnet. Eine Ökonomisierung oder „Kapitalisierung der Liebe“ (88) findet – so Thiedeke – nicht statt.

<sup>1</sup> Vgl. etwa: Collins, R., 1985. Liebe und Heiratsmarkt. In: Kuchler, B., Beher, St. (Hg.). 2014. *Soziologie der Liebe*, Suhrkamp, Berlin, 217–241; Illouz, E., 2003. *Der Konsum der Romantik*. Campus, Frankfurt/M./New York; Illouz, E., 2006. *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus*, Suhrkamp, Frankfurt/M. 2006.

Der Vorteil des Buches ist: Man findet hier alle Thesen der Luhmann'schen Liebessoziologie versammelt zwischen zwei Buchdeckeln. Der Nachteil ist: Es ist zwar Luhmann'sche Liebessoziologie, aber es ist nicht Luhmann. Es liest sich auch keineswegs leichter, es ist keine Popularisierung oder Zugänglichmachung für Leser, denen Luhmann zu kompliziert ist. (Der Popularisierung und Erklärung dienen eher die Schriften Hartmann Tyrells<sup>2</sup>) Thiedeke schreibt einen durchaus eigenwilligen Stil mit literarischem Anspruch. Wenn es gut geht, führt das zu Sätzen wie: „Der Vorteil [der Sexualität] liegt darin, das Diffuse kommunikel und die Kommunikation diffus, nämlich vom Spüren und Fühlen abhängig zu machen.“ Oder: „Die Werbung hilft dann dabei, nicht mehr nur die, die keinen Geschmack haben, mit Geschmack, sondern auch die, die ihre Gefühle noch nicht auszudrücken wissen, mit Romantik zu versorgen.“ Wenn es schlecht geht, führt es zu einem angestrebten Manierismus mit erschwelter Lesbarkeit und ohne inhaltlichen Mehrwert. Der Grundsatz der Formulierungsökonomie – die einfachste mögliche Formulierung für das zu Sagende zu wählen – scheint jedenfalls keine Devise des Autors zu sein.

Den größten Neuigkeitswert hat das Kapitel über Online-Kommunikation und Online-Identitäten, für das es bei Luhmann keine Vorlage gibt. Man findet es unter dem nicht ganz selbsterklärenden Titel „Die Zukunft lieben“, was daran liegt, dass die Kapiteltitle einem hübsch konstruierten, aber inhaltlich manchmal holprigen Schema folgen: „Die Gesellschaft lieben“, „Das Medium lieben“, „Das Kapital lieben“ und so weiter. Da Thiedeke auch die banale Technik verschmäht, dem Leser am Anfang des Kapitels mitzuteilen, worum es geht und was das Argument ist, ist es manchmal gar nicht so leicht herauszufinden, wovon ein Abschnitt genau handelt.

Hat man sich dann aber durch den etwas umständlichen Auftakt hindurchgearbeitet, stößt man auf folgendes Problem: Online-Welten mit ihren vielfältigen Möglichkeiten der Selbstfindung und -erfindung, sowie der *Like*- und *Dislike*-Vernetzung mit anderen, stellen ein Medium für die Ausübung und Bestätigung von Individualität dar. Da die Funktion der Liebe ebenfalls in der Bestätigung von Individualität liegt, kann es dann sein, dass Online-Welten ein Ersatz für die Liebe sind oder werden könnten? Diese Möglichkeit wird eher angedeutet als wirklich thesenhaft behauptet, und es wäre denn auch eine steile These: Ist es wirklich plausibel, dass die Verlinkungs- und Verlikungsfunktionen der sozialen Medien einem Menschen dasselbe bieten wie eine realweltliche Liebesbeziehung? Technisch gesehen ist die Frage, anhand welcher Funktionsbestimmung man die funktionale Äquivalenz konstruiert. Formuliert man die Funktion als „Bestätigung von Individualität“, so ist die funktionale Äquivalenz von Intimbeziehungen und sozialen Medien gegeben; formuliert man

sie etwas spezifischer als soziale Nahraumfunktion – also als Bereitstellung eines Nahraums von persönlicher Bekanntheit und Vertrautheit, im Ausgleich zur sonst oft gegebenen Anonymität und Kälte der Großgesellschaft<sup>3</sup> –, so schwächt sich die funktionale Äquivalenz ab und ist bestenfalls noch teilweise gegeben.

So kann das Buch für Leser mit Luhmann-Interessen und als Gegenthese zu den verbreiteten Ökonomisierungsannahmen nützlich sein. Literaturfreaks können sich dabei an den jedem Kapitel vorangestellten Liebesgedichten und -sprüchen erfreuen. Einem kann man sich nach vollbrachter Buchlektüre nur anschließen: „Ich beiße dich zum Abschied ganz zart.“

Barbara Kuchler (Bielefeld)

Erstveröffentlichung: <https://www.sozio.polis.de/liebe-jenseits-des-marktes.html>



Schockenhoff, Eberhard, *Die Kunst zu lieben. Unterwegs zu einer neuen Sexualethik*, Herder Verlag, Freiburg/Br. 2021, 484 S., geb., 48 €

Das letzte Werk des 2020 verstorbenen wirkmächtigen Moraltheologen Eberhard Schockenhoff stellt den Versuch dar, sowohl an die Anstrengungen der 1920er und frühen 1930er Jahre anzuknüpfen als auch der katholischen Welt im 21. Jh. einen Handweiser für eine christliche Sexualität zu geben. Im Unterschied zu früheren Werken christlicher Denker bedient sich Schockenhoff keines chronologisch-thematischen Aufbaus und beginnt daher nicht mit dem Apostel Paulus und dem Kirchenlehrer Thomas v. Aquin, sondern führt den Leser direkt an die sexualpädagogischen und sexualsoziologischen Konzepte des 20. Jh. heran (13–72),

<sup>2</sup> Etwa mit: Tyrell, H., 1972. Familie und gesellschaftliche Differenzierung. In: Pross, H. (Hg.). *Familie – wohin?* Rowohlt, Reinbek, 13–78; Tyrell, H., 1987. Romantische Liebe. In: Baecker D., Markowitz, J., Stichweh, R. (Hg.). *Theorie als Passion*, Suhrkamp, Frankfurt/M., 570–599.

<sup>3</sup> Zur Nahraumfunktion vgl. Luhmann, N., 1982. *Liebe als Passion*, Frankfurt/M., 13ff.