

1. Einleitung

Andreas Hergovich

Schönheit. Schönheit ist ein Phänomen, das niemanden unberührt lässt. Wo sie sich offenbart, zieht sie mit einem Male alle Blicke auf sich. Von Schönheit fühlt man sich magisch angezogen, ohne dass einem in dem Moment bewusst wird, warum dies so ist. Dabei ist im Grunde gleichgültig, ob es sich um eine schöne Landschaft, ein schönes Gebäude oder einen schönen Menschen handelt. Die Reaktion auf Schönheit ist stets die gleiche: atemloses Staunen oder interesseloses Wohlgefallen. Wenn wir mit menschlicher Schönheit konfrontiert werden, sind wir freilich besonders tief in unserem Inneren berührt. Wie bereits die alten Griechen erkannt haben, macht im Falle menschlicher Schönheit das interesselose Wohlgefallen jedoch sehr bald dem Eros, dem Geschlechtstrieb, Platz, der nach seinem Recht begehrt.

In diesem Buch soll das Geheimnis des Phänomens menschlicher Schönheit ein Stück weit ergründet werden. Der Leser kann sich dabei auf eine Entdeckungsreise begeben, die von der Antike bis in die Psychologie der Gegenwart reicht.

Die einleitenden drei Kapitel beschäftigen sich mit dem Schönheitsbegriff aus philosophischer Perspektive. Kapitel 2 widmet sich dem antiken Schönheitsbegriff. Schönheit aus antiker Sicht ist primär ein ontologischer Begriff (das Sein des Seinden betreffend). Das Schöne entfaltet sein Sein in wesensmäßig optimaler Art und Weise (dieser Gedanke wird vor allem von Aristoteles ins Spiel gebracht). Der schöne Mensch ist also der Mensch, der sich der *theoria* verschreibt und damit seinen Geist zur Entwicklung bringt. Was wahr ist, ist schön. Nach Platon liegt die höchste Schönheit weder in der körperlichen noch in der geistigen Schönheit, sondern in der reinen Form oder der Idee. Nur die reine Idee von der Schönheit ist die wahre Schönheit. Sobald jemand diese Idee geschaut hat, verblasen Gold, Diamanten und die schönsten Knaben in nichts.

Während bei den Griechen Schönheit ein objektiver Begriff ist (das Schöne ist gleichzeitig das Wahre und das Gute), der keinerlei Spielraum für subjektive Deutungen lässt, herrscht bei Kant (Kapitel 3) und Schopenhauer (Kapitel 4) eine gänzliche andere Sichtweise vor. Für Kant ist Schönheit weitgehend eine Frage des subjektiven Geschmacks oder Gefühls. Dieses Gefühl der Schönheit stellt er dem Gefühl des Erhabenen gegenüber. Weibliche Eigenschaften wie Sanftheit wären für Kant schöne

Eigenschaften, die Liebe bewirken, männliche Eigenschaften wie Edelmut erhabene Eigenschaften, die uns Hochachtung abringen. Kant listet auch genau auf, welche körperlichen Merkmale als schön zu bezeichnen sind. Dabei weist er jedoch darauf hin, dass wahre Schönheit nur dann vorhanden sein könne, wenn auch ein moralischer Ausdruck der Erhabenheit vorhanden ist. Ansonsten könne eine Frau zwar liebreizen oder den Geschlechtstrieb anregen, aber kein Gefühl der Hochachtung auslösen.

Schopenhauer vollendet die Gedanken Kants und baut sie in beindruckende Weise in seine Willensmetaphysik ein. Auch für ihn (den man wohl mit Recht als gedanklichen Vorläufer der Evolutionspsychologie bezeichnen kann) gibt es zwei Betrachtungsweisen der Schönheit: den Willen (= Geschlechtstrieb) reizende Schönheit und objektive Schönheit (= ästhetische Schönheit), die bei gesteigertem Intellekt unter Verneinung des Willens von feinsinnigen Menschen wahrgenommen werden kann.

Als Gegenpol zu Schopenhauer ist Kapitel 5 (Schönheit aus der Sicht des Feminismus) zu lesen. Während für Schopenhauer aller Welten Lauf durch den Willen determiniert ist, postuliert der feministische Ansatz absolute Freiheit. Einen krasserer Gegensatz zwischen zwei Ansätzen kann man sich nicht vorstellen. Hat Schopenhauer Recht, schreibt uns allein der blinde Wille, der sich am vollkommensten im Geschlechtstrieb objektiviert, vor, was als „schön“ zu gelten hat. „Schön“ ist letztlich das, was der Arterhaltung am besten dient, und Schopenhauer spricht auch deutlich aus, welche Eigenschaften des menschlichen Geschlechts darunterfallen: in erster Linie Jugendlichkeit als Voraussetzung der Fruchtbarkeit bei der Frau und Dominanz sowie Status beim Manne. Für den Feminismus hingegen ist Schönheit ein prinzipiell beliebig definierbares Konstrukt, das historisch durch die patriarchale Gesellschaft benutzt wurde, um Frauen in der unterlegenen unterdrückten Position zu belassen. Der Feminismus wird mit der Utopie einer besseren Welt verknüpft, in der Schönheit das Resultat freier Entscheidungen ist, die aufgeklärte Menschen in einer besseren und gerechteren (vor allem was die Verteilung von Macht zwischen den Geschlechtern betrifft) Gesellschaft treffen. Nach Analyse der tatsächlichen Gegebenheiten gelangt der feministische Standpunkt zu der Erkenntnis, dass Schönheit bei Frauen Bedingung für deren Wertschätzung ist. Und wenn man Fachartikel liest mit Titeln wie „the body and face of woman: one ornament that signals quality?“ (Thornhill & Grammer, 1998), so kann man den Ingrim der Frauen über diese Tatsache auch als Mann nachvollziehen. Zudem anderen folgt daraus, dass das weibliche Geschlecht stets Gefahr läuft, in der Sicht der Männer auf sein Aussehen reduziert zu werden. Der Feminismus bezweifelt die „Naturgegebenheit“

und „Naturnotwendigkeit“ dieser Prozesse. Letztlich geht es bei der Gegenüberstellung des Schopenhauerschen Biologismus und des Feminismus darum, ob die Kultur als Teilbereich der Natur zu verstehen ist (indem z.B. Variationen der Mode naturgesetzlich interpretiert werden) oder ob die Natur des Menschen als Teil seiner Kultur zu begreifen ist (indem wir biologische Begriffe prägen und verwenden, handeln wir zweckmäßig und es ist zu bezweifeln, dass die Zwecke dieses Handelns selbst wieder naturgesetzlich verstanden werden können). Der Disput dreht sich somit um die Frage, ob der naturalistische oder der kulturalistische Standpunkt der richtige ist.

Sicherlich ist es ein Missverständnis, die Evolutionstheorie als naturgesetzliche Beschreibung oder Abbildung der Wirklichkeit zu betrachten. Begriffe wie „Selektion“ oder „Fruchtbarkeit“ sind in der Natur nicht zu beobachten, sondern von Menschen zum Zweck der Schaffung einer guten Theorie konstruiert worden (womit eine kulturelle Leistung dahintersteht). Andererseits kann diese Theorie menschliches Verhalten (gerade im Bereich der Partnerwahl) sehr gut vorhersagen (und erfüllt so ihren Zweck). Das bedeutet, dass es nicht völlig beliebig ist, welche theoretischen Konstruktionen die Kriterien einer guten Theorie erfüllen. Damit ist weiters zu bezweifeln, dass die Attraktivität der Geschlechter jemals völlig unabhängig von den biologischen Rahmenbedingungen (wobei sowohl die Attraktivität als auch die biologischen Rahmenbedingungen kulturalistisch verstanden werden können) als prinzipiell beliebige Konventionen freier Menschen aufgefasst werden kann, sodass z.B. der „körperliche Verfall“ kein Hindernis für geschlechtliche Anziehung wäre.

Zweifellos vorhandene negative Auswirkungen des Schönheitskultes behandelt Kapitel 6. In erster Linie wären hier Essstörungen und Schönheitsoperationen zu nennen. Hauptbetroffene von den Essstörungen sind nach wievor junge Frauen. Frauen unterziehen sich auch wesentlich häufiger Schönheitsoperationen als Männer. Durch diese Daten wird einmal mehr belegt, dass körperliche Attraktivität beim weiblichen Geschlecht einen weitaus höheren Stellenwert hat als beim männlichen. An der Prävalenz der Essstörungen in der heutigen Zeit ist weiters ersichtlich, dass Schönheitsideale vielfältigen kulturellen Einflüssen unterliegen. Insofern sind sie nicht konstant, sondern variieren im beträchtlichen Maße von Epoche zu Epoche bzw. von Kultur zu Kultur. Kapitel 7 befasst sich mit dieser Thematik. In Kapitel 8 wird auf die unterschiedlichen Möglichkeiten, Schönheit zu beeinflussen, eingegangen. In erster Linie sind hier das Schminken bzw. die Kleidungswahl zu erwähnen. Erwartungsgemäß konnten die zu dieser Thematik durchgeführten Studien belegen, dass so-

wohl Schminken als auch eine ansprechende Kleidung einen bedeutsamen Einfluss auf die beurteilte Attraktivität haben. Eine eigene Studie (Kapitel 9) zeigt ganz eindeutig, dass geschminkte Frauen als attraktiver beurteilt werden als ungeschminkte. Vor allem das Augen-Make-up wirkt sich positiv aus.

In unserem westlichen Kulturkreis werden Schönheitsideale von den Massenmedien vorgegeben und verbreitet. Einen besonderen Stellenwert erhält dabei die Werbung, der wir permanent über verschiedenste Medien (Zeitung, Radio, Fernsehen, Internet etc.) ausgesetzt sind. Kapitel 10 (Schönheit im Zeitalter der Massenmedien) behandelt Schönheit in diesem Kontext. Ein wesentliches Ergebnis dieses Beitrags wird sein, dass beide Geschlechter in der Werbung ihrem Rollenstereotyp entsprechend dargestellt werden: Frauen eher submissiv und viel freie Haut zeigend, Männer dominant und beratend. Die Medien übernehmen damit die Funktion, tradierte Rollenklischees weiter zu festigen. Sie erzeugen dadurch aber auch einen großen impliziten Druck, der sich vor allem auf den Selbstwert junger Mädchen auswirkt, die sich tagtäglich mit Schönheitsidolen wie Cindy Crawford oder Kate Moss konfrontiert sehen.

Mit Kapitel 11 (Wie misst man Schönheit) erfolgt der Einstieg in die aktuelle psychologische Erforschung des Schönheitsphänomens. In der psychologischen Forschung ist hier meist von physischer Attraktivität anstelle von Schönheit die Rede. In erster Linie stellt sich die Frage, wie Schönheit gemessen wird. Messung von physischer Attraktivität hat nicht nur die Merkmale der Stimuli (also z.B. zu beurteilenden Fotos oder Winkelkonfigurationen im idealen Gesicht) zu berücksichtigen, sondern ebenso Merkmale der Urteiler sowie den Kontext, in dem physische Attraktivität beurteilt wird. Ein schlecht gelaunter Mensch wird schlechtere Beurteilungen abgeben als ein gut gelaunter. Im Kontext einer Misswahl wird Frau Average anders bewertet als im Kontext eines Kaffeekränzchens. Zwei Prozesse sind denkbar. Es könnte zu einem Kontrasteffekt kommen. In dem Fall wird Frau Average relativ zu ihrer „normalen“ Einstufung schlechter bewertet. Man könnte aber auch einen Assimilationseffekt annehmen, insofern, als Frau Average von der Attraktivität der vorhandenen Missen profitiert. Welcher Prozess sagt die Beurteilung in der Realität besser voraus? Entscheidend scheint die Art der Darbietung zu sein. Bei simultaner Bewertung (Frau Average beteiligt sich z.B. an der Misswahl) kommt es eher zu Assimilation), bei sukzessiver Bewertung (Beurteilung ihrer Attraktivität nach dem Besuch einer Misswahl) zu einem Kontrasteffekt.

Unabhängig von den zu berücksichtigenden Kontexteffekten ist das

Ausmaß der Urteilerübereinstimmung in bezug auf physische Attraktivität beeindruckend hoch. Ein Faktum, das sehr dafür spricht, dass Schönheit nicht nur „im Auge des Betrachters“ liegt, sondern allgemeine Gesetzmäßigkeiten vorgefunden werden können. Freilich müssen diese Gesetzmäßigkeiten nicht *prima facie* vorhanden sein. So ist denkbar, dass ganz verschiedene Äußerlichkeiten (Rubensfigur versus Twiggy) in verschiedenen Kulturepochen eine dahinterstehende Gemeinsamkeit aufweisen, nämlich einen hohen Partnerwert zu signalisieren. Ronald Henns (1992) hat das in Anlehnung an das Brunswiksche Linsenmodell verdeutlicht. Die Grundannahme dieses Modells ist, dass wir die Zustände in der Welt (distalen Variablen) nicht direkt erfahren können, sondern nur mittels Hinweisreizen (sogenannten proximalen oder urteilernahen Variablen) zu einem Urteil verrechnen können. Henns nimmt an, dass es sich bei der Attraktivitätsbeurteilung im Grunde um die Einschätzung des Partnerwerts handelt.

Der Partnerwert (Komponenten davon sind die Fähigkeit zur Reproduktion, genetische Qualität oder die Bereitschaft zu elterlichen Investitionen) ist aber eine distale Variable, die nicht direkt beobachtbar ist, sondern nur aufgrund proximaler Hinweisreize (wie Körpergröße, Figur, Verhaltensmerkmale) abgeschätzt werden kann und in einem Attraktivitätsurteil gebündelt wird (Brunswik wollte symbolisieren, dass der Urteiler die Welt wie durch eine Sammellinse wahrnimmt). Entsprechend diesem Modell wäre es denkbar, dass unterschiedliche proximale Hinweisreize in verschiedenen Epochen jeweils einen hohen Partnerwert signalisierten. In Zeiten der Nahrungsmittelknappheit versprechen molligere Damen einen höheren Partnerwert als in Zeiten des „Fitnessbooms“. Desgleichen wird eine gefüllte Brieftasche bei Männern Frauen in Zeiten der wirtschaftlichen Abhängigkeit stärker entzücken als ein gut gebauter Männerkörper. Nach diesem Modell kommt es also nicht auf die konkret zu einem Zeitpunkt vorhandenen Merkmale (ob Giraffenhals oder Tellerlippe) an, sondern auf die jeweiligen Zusammenhänge zwischen Merkmalen und allgemeinen Standards, die einen hohen Partnerwert ausmachen (Jugendlichkeit, Gesundheit, Fruchtbarkeit etc).

Bereits Säuglinge reagieren sehr einheitlich auf physische Attraktivität. Von unabhängigen Beurteilern als schön empfundene Menschen werden von ihnen länger angeblickt als unattraktive Personen. Diese Bevorzugung von Schönheit setzt sich im Verlauf des Lebens fort. Kinder beurteilen schöne Menschen positiver und schöne Kinder werden wesentlich positiver behandelt als nicht so attraktive peers (Gleichaltrige). Die Reaktion von Kindern auf physische Attraktivität ist Thema von Kapitel 12. Kapitel 13 (Schönheit und der Halo-Effekt) befasst sich mit dem „Ausstrahlen“ phy-