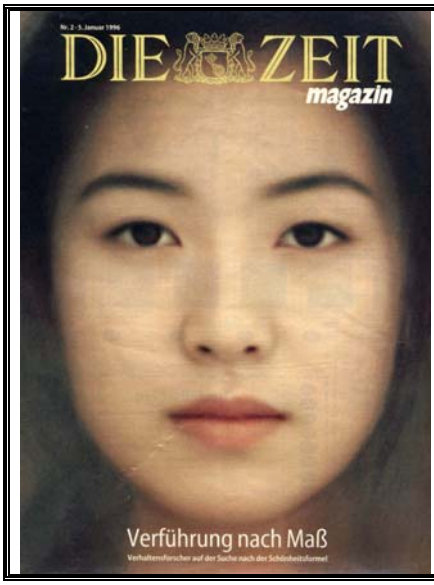
DIE ZEIT/ZEITmagazin, Nr.2, 5.Januar 1996, S.8-15
© 1996 DIE ZEIT und Dieter E. Zimmer



Keine Asymmetrien, keine Unebenheiten der Haut: Kompositfoto aus sechzehn verschiedenen japanischen Mädchengesichtern, erzeugt von dem Wiener Ethologen Karl Grammer

Schönheit, was ist das?

Ein Wissenschaftsreport von Dieter E. Zimmer

WIR SCHIEBEN uns auf den Straßen achtlos aneinander vorbei, übersehen geflissentlich den Neuankömmling im Intercityabteil, vermeiden in Wartezimmern und Fahrstühlen den Blick, signalisieren, wenn er denn doch trifft, mit einem raschen Lächeln die Harmlosigkeit unserer Absichten – und hinter dieser routinierten Arglosigkeitsfassade, an die wir schon im eigenen Interesse manchmal fast selber glauben, ist eine ganz andere Routine im Gange. Unablässig und unerbittlich taxieren wir alles und jeden: Was ist das für ein Mensch? Und kommen in Sekundenbruchteilen zu einem zwar vorläufigen, aber erbarmungslosen Urteil. Meist kann sich dieser zupackende erste Eindruck nur auf eines stützen: das Aussehen.

Es ist ein automatischer Vorgang, den wir nicht wahrhaben wollen und wahrscheinlich sogar abstreiten würden. Denn ist es nicht der Gipfel der Ungerechtigkeit, überhaupt ein eiliges Urteil über einen anderen Menschen zu fällen, und dann zunächst nur aufgrund seiner äußeren Erscheinung, die ja nichts über seine inneren Qualitäten, sein eigentliches Wesen verrät? Trotzdem begehen wir diese Ungerechtigkeit auf Schritt und Tritt, sind ihr Täter und Opfer zugleich (was den Übermut in Schach hält) und können gar nicht anders.

Im Vorteil ist in diesem Spiel, wer «gut aussieht», nämlich wen seine Mitmenschen auf den ersten Blick «attraktiv», «anziehend» finden – der «schöne» Mensch mit einem kurzen Wort. Und weil alle das im Grunde nur zu genau wissen, verwenden sie viel Mühe und Geld auf ihr Aussehen; ganzen Schönheitsindustrien verschaffen sie Arbeit. Werden wir von diesen manipuliert? Verführen sie uns zu einem Verhalten, das unsern wahren eigenen Interessen nicht entspricht, ihnen sogar zuwiderläuft? Oder sind die Werbeapparate dieser Industrien nur darum so erfolgreich, weil sie an ein authentisches Bedürfnis anknüpfen?

Die Macht der Schönheit: daß das keine bloße Floskel ist und keine Erfindung schwärmerischer Poeten, sondern harte und darum gern verleugnete Alltagswirklichkeit, darf heute als noch und noch erwiesen gelten. Man kann nicht behaupten, daß die Botschaft gern gehört wurde. Eher war sie peinlich, wie die Entdeckung eines hartnäckigen üblen Geruchs in einer blankgewienerten Küche.

Es ist uns nämlich nicht sympathisch, wenn uns die Macht der Schönheit vorgeführt wird, und der Berliner Politologe Bernd Guggenberger hat in seinem Buch *Einfach schön* (1995) herauspräpariert, warum. Erstens verstehen wir uns gern als abgehobene Geisteswesen, deren Denken und Urteilen den Niederungen der Körperlichkeit entrückt ist. Schönheit aber ist körperlich, und schlimmer noch: wenn wir ehrlich sind, ist uns klar, daß unser Sinn für die Schönheit der menschlichen Gestalt tief und unauflöslich mit unserer Sexualität verknüpft ist. Zweitens widerspricht es unserem egalitär-demokratischen Selbstverständnis, daß manche Menschen von vornherein attraktiver wirken als andere, dass auch alle Mode und Kosmetik diesen Unterschied allenfalls dämpfen, aber nicht aufheben kann, und dass sie ihn eher noch unterstreichen wird. Wenn manche es besser haben, dann soll es wenigstens verdient sein. Schönheit aber ist ein ganz und gar unverdientes Privileg. Sie bringt uns um den Schlaf und auf gefährliche Ideen: daß es überhaupt allerlei Ungleichheiten zwischen den Menschen geben könnte, die auch in der perfektesten aller Gesellschaften weiterbestehen würden.

Dennoch, seit Ende der sechziger Jahre brachte eine ganze Kaskade von sozialpsychologischen Untersuchungen an den Tag, wieviel de facto von der äußeren Erscheinung abhängt.

Es begann mit einem Experiment an der Universität Minnesota. Für achthundert Studentinnen und Studenten wurde eine Tanzveranstaltung organisiert. Die Tänzer mußten einzeln kommen und sahen jenem Faszinosum entgegen, einem *blind date*. Ein Computer, hieß es, hätte einer und einem jeden für den Abend den idealen Partner zugeteilt. Tatsächlich wurden die Paare per Los gebildet. In der Pause dann wurden die Teilnehmer gefragt, was sie von ihren Partnern hielten. Wie erwartet, hielten sie alles mögliche von ihnen. Selber war ihnen nicht bewußt, daß es tatsächlich ganz allein von einem Umstand abhing, ob ihnen der Partner ge-

fiel oder nicht: dem Aussehen. Intelligenz, Charme, Ansehen zählten nicht. Nichts davon half denen, deren Äußeres zu wünschen übrig ließ.

1972 entdeckten Karen Dion, Ellen Berscheid und Elaine Hatfield, was seitdem «Nimbuseffekt» heißt: daß schöne Menschen nicht nur den Vorteil der Schönheit selbst haben. Die Schönheit scheint sie darüber hinaus mit einem Nimbus fast aller erdenkbaren guten Eigenschaften zu umgeben. Alles wird den Schönen zugesprochen: Warmherzigkeit, Stärke, Ausgeglichenheit, Umgänglichkeit, Leidenschaftlichkeit, Vertrauenswürdigkeit, Erfolg, Glück; alles, nur nicht Intelligenz. Es ist, als gelte das Stereotyp: «Was schön ist, ist auch gut.»

Danach ging es Schlag auf Schlag. Gutaussehende werden in vielen Situationen besser behandelt; im Durchschnitt zum Beispiel verdienen sie mehr. Bei Einstellungen werden gutaussehende Bewerberinnen und Bewerber bevorzugt. Lehrer halten gutaussehende Kinder für klüger und pflegeleichter. In simulierten Geschworenenprozessen erregen Gutaussehende weniger Verdacht und werden milder bestraft. Schöne haben es auf vielfache Weise schöner im Leben, zumindest leichter, und das macht sie noch schöner. Es ist eine echte *selffulfilling prophecy*: Wer von den anderen die Vorzugsbehandlung erfährt, die den Schönen dieser Welt zuteil wird, der kommt den Tugenden des Schönheitsnimbus tatsächlich näher.

Ein geradezu unheimliches Experiment machte 1977 ein Sozialpsychologe der Universität Michigan, Richard E. Nisbett. Das Phänomen Attraktivität interessierte ihn gar nicht weiter; seine Versuchsreihe sollte vielmehr ermitteln, wie sehr uns eigentlich bewußt ist, woran wir uns orientieren, wenn wir unsere Urteile fällen. In einem dieser Experimente ließ er fiktive Stellenbewerbungen beurteilen und manipulierte dazu listig die Unterlagen. So kam ans Licht: Ob den Probanden eine Kandidatin gefiel oder nicht, hing nicht im mindesten von ihren Universitätszeugnissen ab, wohl aber von ihrem Aussehen (und stärker nur noch von einem Kaffeefleck auf ihren Unterlagen); die Probanden selber aber meinten, es sei genau umgekehrt gewesen. Dabei hatten die Gutachter noch nicht einmal ein Foto der Bewerberin zu sehen bekommen. Schon die bloße Auskunft, daß sie gut aussehe, hatte sie für sie eingenommen. Und das, obwohl sie aus ihrem angeblich guten Aussehen nicht auf Intelligenz geschlossen hatten, sondern im Gegenteil auf einen Mangel an Intelligenz. Welche Bedeutung das Aussehen für ihr positives allgemeines Urteil und für ihr negatives Urteil über die Intelligenz der Kandidatinnen gehabt hatte: sie gaben es nicht nur nicht zu, sie hatten es selber nicht bemerkt.

Ende der achtziger Jahre setzte Judith Langlois diesen Experimenten die Krone auf. Sie stellte fest: wenn man zwei bis drei Monate alten Säuglingen Paare von Gesichtern zeigt, von denen Erwachsene das eine attraktiv, das andere unattraktiv finden, beschäftigen sie sich länger mit dem attraktiven. Schon Säuglinge also … Säuglinge lernen in diesem Alter gerade erst, Gesichter überhaupt zu erkennen. Der «Schönheitsterror» der werbetreibenden Industrie hat noch nicht groß auf sie eingewirkt. Wenn

schöne Gesichter also etwas haben, das schon auf Säuglinge anziehend wirkt – was ist es?

Daß Schönheit eine große, verstohlene Macht ist, hat die Sozialpsychologie immer wieder bestätigt. Aber genau *was* die Menschen an anderen attraktiv finden und gar *warum* – dazu hat sie nur wenig in Erfahrung gebracht. Wer so fragt, muß sich an eine ganz andere Richtung wenden – und gerät sogleich mitten in eine säkulare Kontroverse.

Es geht um keine geringere Frage als die: Was ist der Mensch? Die Gesellschaftswissenschaften haben darauf die eine, vielsagende Antwort: Der Mensch ist ein Kulturwesen. Er kommt als unbeschriebenes Blatt zur Welt, von der Natur ausgestattet nur mit ein paar Trieben wie Hunger, Durst, Sex und dazu einem geistigen Allzweckorgan, das ihn ganz allgemein zum Lernen befähigt. Was immer er dann «ist», er muß es gelernt haben. Seine Fähigkeiten, Eigenschaften, Vorlieben, Abneigungen – selber unbegrenzt plastisch, übernimmt er sie allesamt aus der Kultur, die ihn umgibt. In etlichen Varianten ist dies seit einem Dreivierteljahrhundert das Standardmodell der Gesellschaftswissenschaften. Es ist so sehr zur baren Selbstverständlichkeit geworden, daß seit langem kaum noch jemand nach seiner Berechtigung fragt.

Auch unsere Schönheitsvorstellungen seien allein kulturell determiniert: in aller Radikalität vertritt diese Ansicht zum Beispiel die amerikanische Feministin Naomi Wolf in ihrem Buch mit dem Titel, der schon fast alles sagt: *Der Mythos Schönheit* (1990). «‚Schönheit' ist weder eine universelle noch eine unveränderliche Größe … Es gibt keine stichhaltige historische oder biologische Begründung für den Schönheitsmythos.» Er sei nichts als ein Manöver «des politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Machtestablishments», «eine Gegenoffensive gegen die aufbegehrenden Frauen».

Die Kunde von der reinen Kulturbestimmtheit alles Für-schön-Haltens gründet sich hier und überhaupt auf die augenscheinliche Variabilität der Schönheitsideale. Ganz offensichtlich sind sie nichts Universales und nichts Unveränderliches. Lange oder kurze Haare; gebräunte oder weiße, glatte oder bossierte Haut; schwere oder knospige Brüste; größere oder geringere Körperfülle – der menschliche Schönheitssinn kann sich für vieles begeistern, und zwischen den Zeiten und Kulturen gehen die Ansichten darüber, was schön ist, weit auseinander. Niemand kann es bestreiten. Es liegt zutage.

Die Frage ist nur, ob dem unverwandten Nahblick auf all die Unterschiede nicht entgeht, entgehen muß, daß sich die Zeiten und Kulturen in anderem, Grundlegendem völlig einig sind. Es ist die Frage, ob es hinter der variablen, kulturbestimmten Vielfalt nicht Konstanten gibt, die den Launen der Kultur entzogen sind.

Nebenher hatten schon die frühen Untersuchungen der Sozialpsychologie etwas festgestellt, was eigentlich nicht ins Konzept paßte, dann aber die Voraussetzung für die weitere Forschung bildete. In ihrem Urteil, was ein schönes Gesicht und ein schöner Körper sind, sind sich die Menschen in verblüffendem Maß einig. Der einzelne schwankt nicht von Situation zu Situation. Frauen und Männer, Junge und Alte kommen zum gleichen Urteil; sogar zwischen den Kulturkreisen scheint einige Übereinstimmung zu herrschen. Hohe kulturelle Übereinstimmungen sagt auch das Standardmodell voraus. Aber zwischen verschiedenen Kulturen müßten Abgründe bestehen, und auch innerhalb der Kulturen müßten sich systematische Unterschiede bemerkbar machen. Zum Beispiel müßten ältere Menschen, die im Laufe ihres Lebens ja verschiedene Schönheitsideale «gelernt» hätten, zu anderen Urteilen kommen oder zumindest unsicherer werden. Das aber ist nicht der Fall. Schon das hohe Maß an Übereinstimmung spricht darum dagegen, daß unsere Schönheitskriterien völlig beliebig sind und damit auch offen für beliebige Manipulation.

Daß sie in einiger Hinsicht (nicht in jeder) konstant und universal seien: das behauptet ausdrücklich die sogenannte evolutionäre Psychologie. Es ist eine Richtung, die sich in den letzten zehn Jahren etabliert hat und versucht, das, was die Humanethologen der ersten Stunde eher ahnten als wußten, nun millimeterweise empirisch zu erhärten (und stellenweise auch zu widerlegen). Deren Ansatz und auch den der Soziobiologie der siebziger Jahre setzt sie fort, aber mit einem wesentlichen Unterschied. In den früheren Modellen sollte oft irgendeine von der Stammesgeschichte geformte Disposition direkt zu irgendeinem Verhalten führen. Diese wissenschaftlichen Ansätze nahmen sich darum für viele nicht nur unsympathisch, sondern auch unrealistisch starr und maschinenhaft aus.

Die evolutionäre Psychologie schaltet eine Instanz dazwischen: eben die Psyche. Sie sei so wenig ein neutrales Allzweckorgan, wie der Körper mit einem Allzweckorgan leben könnte. Vielmehr bestehe sie aus einem Ensemble stammesgeschichtlich geformter Module, deren jedes den Zweck hatte, eine bestimmte wichtige Lebensaufgabe des werdenden Menschen zu lösen. Jedes solche Modul braucht Input aus der Außenwelt und vermittelt mit ihr; keine Natur bahnt sich da blind und starr den Weg. Aber die Module verarbeiten den Input von draußen nicht auf völlig beliebige und willkürliche Weise. Sie strukturieren und bewerten ihn vielmehr so, wie es sich im Laufe der Stammesgeschichte als vorteilhaft erwiesen hat. Sie machen uns auf etlichen Gebieten parteilich.

Das deutlichste und unbestrittenste Beispiel ist die Sprache. Jeder kommt ohne Sprache auf die Welt, jeder übernimmt seine Sprache aus seiner Kultur. Insofern wird die Sprache «kulturell gelernt». Aber wem in seiner Kindheit jede Sprache vorenthalten bleibt, lernt nicht nur seine Sprache nicht, er kann überhaupt nie sprechen. Und wie schon Noam Chomsky früh beobachtete: das Sprachvermögen des Kindes wächst rascher und stärker, als es einzig durch Lernen möglich wäre. Etwas im Geistorgan muß der Sprachverarbeitung entgegenkommen, ein heranrei-

fendes Sprachmodul auf die Verarbeitung von Sprache eingerichtet sein. Sonst hätten wir wahrscheinlich bis zum Grabe nicht herausgefunden, was die Lautfolge «saischtildankrichsduauchainais» bedeuten sollte.

Die Grundannahme der evolutionären Psychologie haben zwei ihrer führenden Köpfe, John Tooby und Leda Cosmides, 1992 so formuliert: «Kultur ist nichts Ursache- und Körperloses. Sie wird auf vielfältige und komplexe Weise von informationsverarbeitenden Mechanismen im menschlichen Geist hervorgebracht. Diese Mechanismen sind ihrerseits das kunstvoll modellierte Ergebnis des Evolutionsprozesses. Um das Verhältnis von Biologie und Kultur zu verstehen, muß man darum zunächst die Architektur unserer evolvierten Psychologie verstehen … Es gibt eine universelle menschliche Natur, aber diese Universalität existiert hauptsächlich auf der Ebene der evolvierten psychologischen Mechanismen, nicht des ausgedrückten Kulturverhaltens … Die evolvierte Struktur des menschlichen Geistes ist auf die Lebensweise der Jäger und Sammler des Pleistozäns zugeschnitten und nicht notwendig auch auf moderne Verhältnisse.»

In Sachen Körperschönheit hat die evolutionäre Psychologie eine Theorie, und zwar eine, aus der sich empirisch prüfbare Hypothesen ableiten lassen. Wie sich das gehört, könnten die empirischen Prüfungen auch negativ ausgehen; dann wäre irgendwann die ganze Theorie widerlegt. Bisher ist das Gegenteil der Fall.

Die Theorie lautet ungefähr: Körperschönheit ist im Wortsinn Sexappeal. Was unseren Sinnen spontan so gefällt, daß wir es übereinstimmend «schön» finden, ist ein positives Urteil über den voraussichtlichen «Partnerwert» eines anderen Menschen. Wir sind so programmiert, daß wir andere Menschen nach einer Reihe bestimmter Merkmale absuchen. «Gutaussehend», «attraktiv», «schön» wirkt der Mensch, bei dem dieses – selbstverständlich unbewußte – Kalkül zum Schluß kommt: Mit der oder dem wären die Chancen groß, gesunde Kinder in die Welt zu setzen. Oder genauer: In den Jäger-und-Sammler-Clans des Pleistozäns wären die Chancen mit so einer oder so einem groß gewesen. Ob die damals erworbenen Kriterien auch in den heutigen Gesellschaften noch zu sinnvollem Handeln führen, ist eine andere Frage, eine offene.

Was hat sich im einzelnen bisher ergeben?

Frauen und Männer stimmen überein, wenn sie das Urteil des Paris fällen sollen – aber Männer legen wesentlich größeren Wert auf das Aussehen ihrer Geschlechtspartnerinnen als umgekehrt. David M. Buss, Psychologe an der Universität Michigan, hat Ende der achtziger Jahre in nicht weniger als 37 Kulturen immer wieder das gleiche erfragen lassen, in archaischen wie modernen, von Australien bis Venezuela. Durchweg spielte bei der Partnerwahl das Aussehen für Frauen wie Männer eine große Rolle, durchweg aber auch nahmen es die Frauen weniger wichtig, während

es für Männer das Entscheidende war. Die einzige signifikante Ausnahme bildeten die Zulu, wo die Männer offenbar größeren Wert auf die Arbeitskraft der Frauen legen als auf ihr Aussehen. Wichtiger als das Aussehen war den Frauen «Ehrgeiz und Fleiß» des Mannes. Die finanziellen Aussichten einer Verbindung zählten für Frauen wie Männer weniger, durchweg für Frauen aber mehr als für Männer.

Dies sei ja auch kein Wunder, wurde aus dem Lager der Kulturdeterministen eingewandt. Status soll auf Frauen fast so sexy wirken wie weibliche Schönheit auf Männer? All die bunten Erzählungen von den Liebeshändeln der Prominenten sind sozusagen die Pornomagazine der Frauen? Wenn die Frauen überall größeren Wert auf jene Qualitäten legen, die hier in Ermangelung eines besseren Begriffs unter dem Stichwort «Status» zusammengefaßt seien, auf Ansehen, Einfluß, Dominanz, Einkommen, dann hätte das den simplen Grund, daß immer noch überall die Männer und nicht die Frauen über den Status gebieten. Männer, so heißt es, könnten bei den Frauen gar keinen gesteigerten Wert auf Status legen, denn in der Regel wäre er bei den Frauen nicht zu holen. Es ist dies die These von der «strukturellen Ohnmacht» des weiblichen Geschlechts, und sie darf als widerlegt gelten. Es wurde nämlich aufgezeigt, daß erfolgreiche Frauen, die selber Status errungen haben, ja daß selbst gestandene Feministinnen keineswegs weniger Wert auf den Status ihrer Partner legen, sondern im Gegenteil größeren.

Wären die Schönheitsmaßstäbe wirklich beliebig, so müßte es irgendwo Kulturen geben, in denen die Runzeln und Flecken des Alters für Männer den größten Appeal besitzen, so wie Schimpansen die ältesten Weibchen am attraktivsten finden. Keine solche Kultur wurde bisher gefunden. In ihrer Einstellung zum Alter unterscheiden sich die Kulturen stark, aber universell sind junge Frauen die attraktiveren – und zwar Frauen genau im sozusagen reproduktivsten Alter, zwischen 16 und 25. (Ob es die jüngeren Vertreterinnen dieser Altersgruppe oder die reiferen sind, ist noch umstritten.) Universell scheinen die allermeisten Frauen ihre Partner älter zu wünschen und Männer ihre Partnerinnen jünger, so wie Frauen ihre Partner auch größer von Wuchs wünschen und Männer ihre Partnerinnen kleiner (aber nicht, kleine Panne, soviel kleiner, wie sie selber von den Frauen größer gewünscht werden – an die Wünsche der Frauen reichen die Männer im Durchschnitt also nicht heran). Unser Partnerwahlmodul rät uns offenbar: Such dir am besten eine Junge – und da es uns nicht von langen inneren Räsonnements abhängig machen will, bewirkt es, daß wir junge Frauen ganz spontan am attraktivsten finden.

Eins der variabelsten Schönheitsmerkmale ist die Körperfülle. In diesem Punkt scheint nichts universal zu sein. Unsere Gesellschaften vergötzen auf manchmal karikaturhafte Weise die Magerkeit; andere Zeiten, andere Kulturen neigten und neigen eher zur rubenshaften Fülle. Man nimmt an, daß dies das universelle Grundmuster ist: ein gewisser Speck als Zeichen dafür, daß die Frau immer genug zu essen hatte und gesund ist. Erst Gesellschaften, in denen der chronische Nahrungsmangel überwunden war,

der seit Urzeiten das Schicksal aller Menschen war, also erst einige westliche Gesellschaften des 19. Jahrhunderts konnten die Gültigkeit des Molligkeitsideals antasten. Zunächst nur Menschen von Status konnten es sich leisten, dünn zu sein – und machten Magerkeit so zu einem Statusausweis.

Im übrigen täuschen sich die Frauen dieser Gesellschaften, wenn sie meinen, die Männer wollten sie so dünn wie nur möglich, so wie die Männer sich täuschen, wenn sie meinen, die Frauen seien besonders an einem schwellenden Bizeps und anderen Muskelpaketen interessiert. Tatsächlich finden Männer im Durchschnitt weder unter- noch übergewichtige Frauen am attraktivsten, sondern das Mittelgewicht, und Frauen gefällt an Männern vor allem ein kleiner Hintern.

In Sachen «Schönheit & Körperfett» ist etwas ganz anderes wichtig als das schiere Quantum, das variabel ist, wie vor allem der texanische Psychologe Devendra Singh in den letzten Jahren gezeigt hat: nämlich die Verteilung des Körperfetts. Es ist nicht die Schmalheit der Taille an sich (ein Indiz, das die Frau nicht schwanger ist), auch nicht das ausladende Gesäß an sich: Es ist das Verhältnis von Taillen- und Hüftumfang (VTH). Am «allerschönsten» wirken heute mittelgewichtige Frauen mit einem niedrigen VTH von 0,7 und knapp darunter bis 0,8. Es ist der von jungen Frauen zwischen 16 und 25. Bei älteren steigt er auf 0,9 und darüber. Die Fettverteilung signalisiert also Reproduktionsfähigkeit, und tatsächlich ist sie ein unmittelbares Werk der Geschlechtshormone. Bis zur Pubertät unterscheidet sie sich bei Mädchen und Jungen nicht. Mit der Pubertät setzen junge Frauen Fett an Schenkeln und Hüften an, während bei jungen Männern ganz andere körperliche Veränderungen vonstatten gehen. Gegen Ende einer Schwangerschaft und während der Stillzeit wird dieses Fettpolster abgebaut. Frauen des Pleistozäns brauchten offenbar eine sichere Energiereserve, um das Kinderkriegen zu durchstehen; und jene Männer, die das sichtbare Vorhandensein dieser Reserve für «schön» hielten, hatten die höheren Fortpflanzungschancen.

Und wenn man sich in der Modegeschichte vom Altertum bis heute umsieht: nur ganz selten hat die Mode ein niedriges VTH nicht betont oder gar kaschiert, wie es die Kutten der Nonnen tun. Seit dem 15. Jahrhundert hat sie es im Gegenteil immer wieder maßlos übersteigert, mit all den Kleidern, die die Taille eng umschlossen und sich dann über allerlei gestärkten Unterröcken, Reifen und Gestellen ausladend wölbten: ein ganzes Arsenal «supernormaler» Reize.

Vor allem achten Menschen jedoch auf das Gesicht. Es drückt am meisten aus, und dies am genauesten. Was macht ein Gesicht schön? Sind es einzelne Attribute? Etwa eine große oder kleine Nase? Ein breiter oder ein schmaler Mund? Seit altersher versuchen die Menschen, der Schönheit eines Gesichts über einzelne Merkmale habhaft zu werden. Salomon zum Beispiel: «… schön bist du! Deine Augen sind wie Taubenaugen … Dein

Haar ist wie eine Herde Ziegen … Deine Zähne sind wie eine Herde Schafe … Deine Lippen sind wie eine scharlachfarbene Schnur … Deine Wangen sind wie der Ritz am Granatapfel …» Das Liebesgedicht rührt uns bis heute, weil wir merken: der Mann konnte sehen und sich begeistern – aber auch: so geht es nicht, über die Aufzählung einzelner Züge kommt man dem Geheimnis der Schönheit eines Gesichts niemals auf die Spur. Also ist seine Schönheit unbestimmbar und wird es immerdar bleiben?

1990 warteten Judith Langlois und Lori Roggman mit einer überraschenden Entdeckung auf: «Schöne Gesichter sind Durchschnittsgesichter.» Die Idee war über hundert Jahre alt. Damals hatte Francis Galton, einer der Pioniere der Psychologie, mit sogenannten Kompositporträts experimentiert. Die junge Technik der Fotografie erlaubte es ihm, verschiedene Gesichter übereinanderzuprojizieren. Er meinte, auf diese Weise alles Zufällige, Individuelle auszuschalten und des reinen Typus ansichtig zu werden: *des* Schwindsüchtigen, *des* Soldaten, *des* Verbrechers. Zu seiner Verwunderung jedoch verlor sich alles Schurkische, je mehr Steckbrieffotos von Mördern und Dieben er übereinanderkopierte. Das Kompositgesicht sah immer besser aus als die Einzelgesichter.

Langlois und danach andere hatten die heutige Fotografie und den Computer, um sehr viel perfektere Kompositgesichter zu bilden. Der alte Effekt aber bestätigte sich immer wieder: Gemittelte Gesichter wirken schöner als die meisten in sie eingegangenen Einzelgesichter, jedenfalls solange man junge Gesichter kombiniert; das Mischen verschiedener ethnischer Herkünfte, europäische, afrikanische, asiatische, mindern die Attraktivität nicht.

Der biologische Nutzen eines solchen Mechanismus leuchtet auf Anhieb ein. Es hätte immer schlecht um die Zukunft der Menschen gestanden, wenn sie den Hang hätten, ein Faible ausgerechnet für ausgefallene, extreme Züge zu entwickeln – dann hätten viele irgendwelchen Schönheiten nachgehangen, die nicht von ihrer Welt waren.

Auch psychologisch ist es plausibel. Genau auf diese Weise bilden wir überhaupt begriffliche Kategorien: nicht indem wir die Welt wie ein Computer anhand einzelner Merkmale durchdefinieren, sondern indem wir die gesehenen Dinge gleicher Art übereinanderprojizieren und daraus Prototypen mit unscharf definiertem Rand abstrahieren. So verschieden die einzelnen Hunde auch waren, die wir gesehen haben, wir haben aus ihnen den prototypischen Hund gewonnen und wenden ihn sicher auch auf völlig neue Exemplare der Art an, ohne daß wir je genau angeben könnten, was eigentlich das Hundehafte eines solchen Tieres ausmacht.

Schließlich zeigt sich daran, wie umweltoffen und umweltbedürftig ein solcher evolutionär entwickelter Mechanismus sein kann. Er zwingt uns kein bestimmtes Schema auf, dem wir dann blind und starr hinterher jagen müßten. Er sagt uns nur: Sieh dich um und bilde ein Mittel aus den gesehenen Gesichtern, und das halte für schön. Ethnologen, die lange unter auch körperlich anderen Völkern gelebt haben, berichten, daß sie die

Frauen zunächst für unattraktiv gehalten, mit der Zeit aber doch einen Blick für ihre Schönheit bekommen hätten. Natürlich, sie mußten erst ihren in der neuen Umgebung nicht mehr gültigen Prototyp aktualisieren.

Mephisto verspricht Faust, der werde, mit dem Teufelsdrink im Leibe, bald «Helenen in jedem Weibe» sehen. Helenas Schönheit aber dürfte genau darin bestehen, daß die Männer in ihr sozusagen das Gesamtweib sehen konnten.

Ein durchschnittliches Gesicht «hat also etwas», aber das ist nicht die ganze Wahrheit. Zum Teil ist es nämlich gar nicht die Durchschnittlichkeit selbst, die fasziniert, sondern ein doppeltes Nebenergebnis der Kompositmethode. Erstens beseitigt sie aus dem Gesicht alle Flecken und Unebenheiten, die wir negativ bewerten. Kompositgesichter haben die vollkommene glatte Haut, der im Leben so viele Kosmetika gewidmet werden – und die Gesundheit signalisiert, während Akne und Hirsutismus («unschön») auf einen erhöhten Serumtestosteronspiegel und Eierstockprobleme hindeuten. Zweitens, und wichtiger noch, beseitigt sie sämtliche Unsymmetrien. Das Mittelporträt aus 20 bis 30 Einzelporträts ist vollkommen symmetrisch – und seine Symmetrie signalisiert ebenfalls Gesundheit und eine ungestörte Entwicklung; vor allem ein intaktes Immunsystem. Es könnte sein, daß schon die Säuglinge das für Erwachsene attraktive Gesicht darum vorziehen, weil ihnen, vor aller Erfahrung, eine einfache Regel wie «Halte dich an symmetrische Gesichter!» einprogrammiert ist.

Durchschnittsgesichter wirken immer schön, aber manche Gesichter wirken noch schöner. Schon im ersten Versuch dieser Art war man sich einig, daß es einige wenige Einzelgesichter gab, die noch attraktiver waren als das Kompositgesicht. Der Grund scheint der zu sein, daß wir empfänglich sind für ganz bestimmte supernormale Reize: vor allem für eine überdurchschnittlich grazile untere Gesichtshälfte mit konkaven Wangen, die ihrerseits die Wangenknochen hebt und betont, und für vollere Lippen; auch im Verhältnis zur Gesichtsfläche große Augen wirken möglicherweise attraktiv.

An Männergesichtern scheint die Methode zu versagen, wie der Wiener Ethologe Karl Grammer (Autor eines Buches über *Signale der Liebe*) gezeigt hat – jedenfalls dann, wenn die Mittelung gewisse «Härten» der männlichen Physiognomie verwischt: das kantigere Kinn, die wulstigeren Augenbrauen.

Noch steht diese Forschung in den Anfängen, und vieles am menschlichen Körper und seiner Wirkung auf die Mitmenschen bleibt zu entdecken. Das seien doch aber alles keine großen «Entdeckungen»? Nun ja; hinterher haben es dann alle schon immer gewußt.

Wenn der Ansatz wenigstens in Umrissen richtig ist, läßt sich jedenfalls eine uralte Streitfrage doch noch entscheiden: ob Schönheit den Dingen

(in diesem Fall der menschlichen Gestalt) eigen ist oder erst im Auge des Betrachters entsteht. Die Antwort lautet dann nämlich: Schönheit entsteht durch die Passung von Objektivem und Subjektivem. Eine Gestalt ist erst schön, wenn Menschen sie schön zu finden – aber Menschen sind nicht bereit, Beliebiges schön zu finden; es müssen schon ganz bestimmte objektive Qualitäten da sein, und unter anderem dies eint sie als Gattung. Objektives und Subjektives passen zusammen – und zwar auf die gleiche Weise und aus den gleichen Gründen, aus denen, mit Konrad Lorenz zu sprechen, «die Form des Pferdehufes auf den Steppenboden und die der Fischflosse ins Wasser passt».

****

Literatur

Abramson, Paul R. / Steven D. Pinkerton (Hg.): *Sexual Nature Sexual Culture*. Chicago, IL (University of Chicago Press) 1995

Alley, Thomas R. / Michael R. Cunningham: «Averaged Faces Are Attractive, but Very Attractive Faces Are Not Average». *Psychological Science* (Cambridge, MA), 2 (2) 1991, p. 123–125

Barkow, Jerome H. / Leda Cosmides / John Tooby (eds.): *The Adapted Mind*. New York (Oxford University Press) 1992

Bull, Ray / Nichola Rumsey: *The Social Psychology of Facial Appearance*. Berlin (Springer) 1988

Buss, David: «Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures». *Behavioral and Brain Sciences* (Cambridge), 12 (1) 1989, p. 1–14, discussion p. 14–49

Buss, David M.: *The Evolution of Desire: Strategies of Human Mating*. New York (Basic Books) 1994

Cunningham, Michael R.: «Measuring the Physical in Physical Attractiveness: Quasi-Experiments on the Sociobiology of Female Facial Beauty». *Journal of Personality and Social Psychology* (Washington, DC), 50 (5) 1986, p. 925–935

Dion, Karen / Ellen Berscheid / Elaine Walster (Hatfield): «What is beautiful is good». *Journal of Personality and Social Psychology* (Washington, DC), 24 1972, p. 285–290

Doermer-Tramitz, Christiane: … *auf den ersten Blick*. Köln (Westdeutscher Verlag) 1990

Efran, Michael G.: «The Effect of Physical Appearance on the Judgment of Guilt, Interpersonal Attraction, and Severity of Recommended Punishment in a Simulated Jury Task». *Journal of Research in Personality* (New York), 8 (1) 1974, p. 45–54

Ellis, Bruce J. / Donald Symons: «Sex Differences in Sexual Fantasy: an Evolutionary Psychological Approach». *The Journal of Sex Research* (Mt.Vernon, Iowa), 27 (4) 1990, p. 527–555

Ellis, Bruce J.: «The Evolution of Sexual Attraction». In: Barkow / Cosmides / Tooby (eds.) 1992, p. 267–288

Etcoff, Nancy L.: «Beauty and the beholder». *Nature* (London), 368 (6468), Mar 17, 1994, p. 186–187

Eysenck, Hans J. / Betty Nichols Kelly: *I Do: Your Guide to a Happy Marriage*. London (Century) 1983

Galton, Francis: «Composite portraits». *Journal of the Anthropological Institute of Great Britain and Ireland* (London), 8, 1879, p.132–142

Galton, Francis: *Inquiries into Human Faculty*. London (Macmillan) 1883

Goldman, William / Philip Lewis: «Beautiful is Good: Evidence that the Physically Attractive are More Socially Skillful». *Journal of Experimental Social Psychology* (New York), 13 (2), 1977, p. 125–130

Grammer, Karl: *Signale der Liebe: Die biologischen Gesetze der Partnerschaft.* Hamburg (Hoffmann und Campe) 1993. München (dtv) 1995

Grammer, Karl / Randy Thornhill: «Human (*Homo sapiens*) Facial Attractiveness and Sexual Selection: The Role of Symmetry and Averageness». *Journal of Comparative Psychology* (Washington, DC), 108 (3), 1994, p. 233–242

Greenless, I.A. / W.C. McGrew: «Sex and Age Differences in Preferences and Tactics of Mate Attraction: Analysis of Published Advertisements». *Ethology and Sociobiology* (New York), 15, 1994, p. 59–72

Guggenberger, Bernd: *Einfach schön*. Berlin (Rotbuch) 1995

Hartnett, John / Donna Elder: «The Princess and the nice frog: Study in person perception». *Perceptual and Motor Skills* (Missoula, Montana), 37 (3), 1973, p. 863–866

Hatfield, Elaine / Eliot Aronson / D. Abrahams / L. Rottman: «The importance of physical attractiveness in dating behavior». *Journal of Personality and Social Psychology* (Washington, DC), 4 1966, p. 508–516

Hatfield, Elaine / Susan Sprecher: *Mirror, Mirror: The Importance of Looks in Everyday Life.* New York (State University of New York Press) 1985

Hatfield, Elaine / Susan Sprecher / Jane T. Pillemer: «Gender differences in what is desired in the sexual relationship». *Journal of Psychology and Human Sexuality*, 1 (1) 1988, p. 35–51

Hatfield, Elaine / Richard L. Rapson: *Love, Sex, and Intimacy*. New York (Harper Collins) 1993

Henns, Ronald: «Perceiving Age and Attractiveness in Facial Photographs». *Journal of Applied Social Psychology*, 21 (11) 1991, p. 933–946

Henns, Ronald: *«Spieglein, Spieglein an der Wand …»: Geschlecht, Alter und physische Attraktivität*. Weinheim (Psychologie Verlags Union) 1992

Henns, Ronald: «Dimensionen der Ähnlichkeit von Gesichtern – Eine Kreuzvalidierung». *Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie* (Göttingen), 41 (3) 1994, p. 398–414

Henns, Ronald: «Das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit bei der Beurteilung von Gesichtern». *Report Psychologie* (Bonn), 20 (3) 1995, p. 28–39

Henns, Ronald: «Waist-to-hip ratio and attractiveness: Replication and extension». *Personality and Individual Differences* (Oxford), 19 (4) 1995, p. 479–488

Johnston, Victor S. / Melissa Franklin: «Is beauty in the eye of the beholder?» *Ethology and Sociobiology* (New York), 14 1993, p. 183–199

Jones, Doug / Kim Hill: «Criteria of Facial Attractiveness in Five Populations». *Human Nature* (New York), 4 (3) 1993, p. 271-296

Karen, Robert: «Becoming Attache». *Atlantic Monthly* (Boston, MA), February 1990

Kleck, Robert E. / Stephen A.Richardson / Linda Ronald: «Physical Appearance Cues and Interpersonal Attraction in Children». *Child Development* (Chicago, IL), 45 (2) 1974, p. 305–310

Landy, David / Harold Sigall: «Beauty is talent: task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness». *Journal of Personality and Social Psychology* (Washington, DC), 29 (3) 1974, p. 299-304

Langlois, Judith H. / A. Chris Downs: «Peer Relations as a Function of Physical Attractiveness: The Eye of the Beholder or Behavioral Reality? » *Child Development* (Chicago, IL), 50 (2) 1979, p. 409–418

Langlois, Judith H. / Lori A. Roggman / Rita J. Casey / Jean M. Ritter / Loretta A. Rieser-Danner / Vivian Y. Jenkins: «Infant Preferences for Attractive Faces: Rudiments of a Stereotype?» *Developmental Psychology* (Washington, DC), 23 (3), 1987, p. 363–369

Langlois, Judith H. / Lori A. Roggman: «Attractive Faces Are Only Average». *Psychological Science* (Cambridge, MA), 1 (2) 1990, p. 115–121

Low, Bobbi S. / R.D. Alexander / K.M. Noonan: «Human Hips, Breasts and Buttocks: Is Fat Deceptive? » *Ethology and Sociobiology* (New York), 8 (4) 1987, p. 249–257

Nichter, Mark / Mimi Nichter: «Hype and weight». *Medical Anthropology* (Philadelphia, PA), 13 (3) 1991, p. 249–284

Niedenthal, Paula M. / Shinobu Kitayama (eds.): *The Heart's Eye: Emotional Influences in Perception and Attention*. San Diego, CA (Academic Press) 1994

Nisbett, Richard E. / Nancy Bellows: «Verbal Reports About Causal Influences on Social Judgments: Private Access Versus Public Theories». *Journal of Personality and Social Psychology* (Washington, DC), 35 (9), 1977, p. 613–624

Patzer, Gordon L.: *Physical Attractiveness Phenomena*. New York (Plenum Press) 1985

Peacock, John: *The Chronicle of Western Costume*. London (Thames and Hudson) 1991. Deutsch: *Kostüm und Mode – das Bildhandbuch*. Bern (Haupt) 1991

Perrett, D.I. / K.A. May / S. Yoshikawa: «Facial shape and judgments of female attractiveness». *Nature* (London), 368 (6468), March 17, 1994, p. 239-242

Ridley, Matt: *The Red Queen: Sex and the Evolution of Human Nature*. New York (Macmillan) 1994

Ritenbaugh, Cheryl: «Body Size and Shape: A Dialogue of Culture and Biology». *Medical Anthropology* (Philadelphia, PA), 13 1991, p. 173-180

Rosenblatt, P.C.: «Cross-cultural perspective on attractiveness». In: *Foundations of interpersonal attraction* (ed. T.L. Huston), New York (Academic Press) 1974, p. 79-95

Rozin, Paul / A. Fallon: «Body image, attitudes to weight, and misperceptions of figure preferences of the opposite sex: A comparison of men and women in two generations». *Journal of Abnormal Psychology* (Washington, DC), 97, 1988, p. 342-345

Singh, Devendra: «Body Shape and Women's Attractiveness: The Critical Role of Waist-to-Hip Ratio». *Human Nature* (New York), 4 (3) 1993, p. 297-321

Singh, Devendra: «Adaptive significance of waist-to-hip ratio and female physical attractiveness». *Journal of Personality and Social Psychology* (Washington, DC), 65, 1993, p. 293-307

Singh, Devendra: «Is thin really beautiful and good? Relationship between waist-to-hip ratio (WHR) and female attractiveness». *Personality and Individual Differences* (Oxford), 16 (1) 1994, p. 123-132

Sprecher, Susan: «Haben es Schöne schöner? Was die Sozialpsychologie über die Wirkung des Aussehens weiss». *Neue Zürcher Zeitung Folio*, Mai 1993, p. 25-27

Symons, Donald: «The Evolution of Human Sexuality». New York (Oxford UP) 1979

Symons, Donald: «On the Use and Misuse of Darwinism in the Study of Human Behavior». In: Barkow / Cosmides / Tooby (eds.) 1992, p. 137-159

Symons, Donald: «Beauty Is in the Adaptations of the Beholder: The Evolutionary Psychology of Human Female Sexual Attractiveness». In: Abramson/Pinkerton (eds.) 1995, p. 80-118

Thornhill, Randy / Steven W. Gangestad: «Human Facial Beauty». *Human Nature* (New York), 4 (3) 1993, p. 237–269

Walsh, Anthony: *The Science of Love*. Buffalo (Prometheus Books) 1991

Wilson, Glenn / David Nias: *Love's Mysteries: The Psychology of Sexual Attraction*. London (Open Books) 1976. Deutsch: *Erotische Anziehungskraft*. Frankfurt (Ullstein) 1977

Wolf, Naomi: *The Beauty Myth*. New York (Doubleday) 1990. Deutsch: *Der Mythos Schönheit*. Reinbek (Rowohlt) 1991