

# Schönheit aus psychologischer Sicht

JOACHIM FUNKE

Psychologisches Institut, Universität Heidelberg

## Zusammenfassung

In diesem Beitrag wird ein kleiner Ausschnitt der psychologischen Forschung zum Thema „Schönheit“ thematisiert. Es werden Bezüge zu psychischer Krankheit, Ehrfurcht, der Attraktivität von Gesichtern, Schulnoten und Partnerwahl hergestellt und durch empirische Befunde belegt.

## 1 Einführung

Schönheit: Das ist ein Konzept mit langer Tradition, zu dem viele Disziplinen etwas beigetragen haben. Ich möchte in diesem Kapitel die psychologische Perspektive auf das Thema richten und Erkenntnisse aus „meinem“ Fachgebiet beitragen, wohl wissend, dass vermutlich keine einzelne Disziplin dieses unscharfe („fuzzy“) Konzept umfassend erläutern kann (und ebenfalls wissend, dass ich nur kleine Ausschnitte aus dieser psychologischen Perspektive werde präsentieren können). Eine aktuelle (kurze) Übersicht zum Thema findet sich bei Briemann und Pelli (2018); auch das schöne (umfangreiche) Buch von Umberto Eco (2004) zeigt viele verschiedene Blickwinkel auf das Thema „Schönheit“, die der Psychologie nahe stehen.

In der größten Literaturlatenbank unseres Faches „PsychINFO“ sind für den Zeitraum von 2000 bis 2019 insgesamt 4076 Beiträge zum Schlüsselwort „beauty“ ausgewiesen, davon allein 898, die es im Titel der Arbeit tragen. Und natürlich liegen viele psychologische Studien *vor* diesem Zeitraum vor, denn Schönheit und

ästhetisches Empfinden sind Themen, die seit Beginn der modernen neuzeitlichen Psychologie im 19. Jahrhundert bereits Aufmerksamkeit fanden (z. B. Fechner, 1876). Hier ist der Grundstein für eine „empirische Ästhetik“ mit naturwissenschaftlicher Prägung zu finden.

In diesem Beitrag soll verschiedenen Leitfragen nachgegangen werden: Was hat Schönheit mit (psychischer) Krankheit zu tun? In welchem Zusammenhang steht die Wahrnehmung von Schönheit mit dem, was man „Ehrfurcht“ nennen kann: dem Erschauern vor etwas Großem, das einem Respekt abnötigt? Was zeichnet schöne Gesichter aus? Bekommen schöne Personen bessere Schulnoten? Wird in der Partnerwahl Schönheit der Frauen mit höherem sozialen Status der Männer erkaufte? Ist Schönheit einfach nur „nice to have“ oder hat sie – wie von Charles Darwin vermutet – einen evolutionären Nutzen?

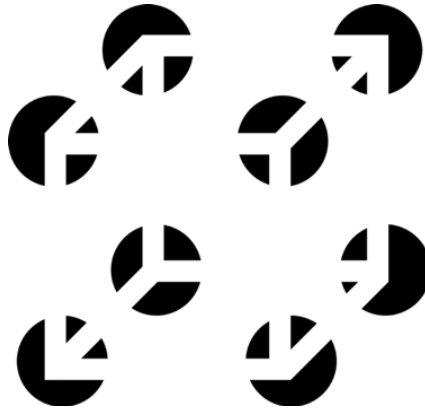
## 2 Erklärungsmodelle

Ein historisch bedeutsamer Erklärungsansatz stammt aus dem ausgehenden 19. Jahrhundert und trägt den Titel „Ganzheits- und Gestalttheorie“ (siehe z. B. Herrmann, 1957; Klix, 2001). Die leitende Annahme dieser Richtung bestand darin, dass sich Elemente der Wahrnehmung zu „guten“ Gestalten formen würden. „Defekte“ Gestalten, die aus einzelnen Elementen bestehen, sollten durch automatische Prozesse der Selbstorganisation in eine „gute“ Gestalten überführt werden. Ein Beispiel dafür liefert Abbildung 1.

Wie man unschwer erkennt, handelt es sich bei Abbildung 1 im Gesamteindruck um einen Würfel mit weißen Kanten (die „gute“ Gestalt). Eine genauere Betrachtung zeigt allerdings, dass die Kanten zwischen den schwarz bekugelten Ecken nicht vorhanden sind (defekte Elemente) und von der wahrnehmenden Person ergänzt werden. Der Würfel demonstriert das gestaltpsychologische Prinzip<sup>1</sup> der Geschlossenheit (neben den Prinzipien der Ähnlichkeit, der Nähe, des gemeinsamen Schicksals, der gemeinsamen Region, der Gleichzeitigkeit). Das dahinterstehende Prinzip der „guten Gestalt“ beruht auf Einfachheit und Prägnanz. Alle Versuche, das Prinzip der guten Gestalt zu formalisieren (z. B. informations-

---

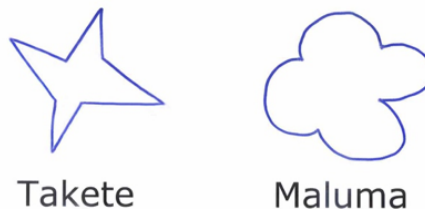
<sup>1</sup> In der Literatur wird häufig von *Gestaltgesetzen* gesprochen – ich bevorzuge den etwas schwächeren Begriff des Prinzips, da Gesetze in der Psychologie typischerweise formalisiert sind (wie z. B. Stevens' Potenzgesetz).



**Abbildung 1:** Ein imaginärer Würfel illustriert das Prinzip der Geschlossenheit (Quelle: Bernard Ladenthin, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=5581345>).

theoretisch die Einfachheit einer Grafik über die Zahl der *bits* zu bestimmen, die man für deren Beschreibung braucht), sind bisher misslungen.

Ganz im Sinn der Gestaltprinzipien sind Befunde, wonach kurvige Figuren gegenüber eckigen bevorzugt werden. Dies zeigt sich bis in die Ebene sprachlicher Benennungen, wie Abbildung 2 zeigt, die auf ein Experiment des Gestaltpsychologen Wolfgang Köhler aus dem Jahr 1929 zurückgeht.



**Abbildung 2:** Zuordnung der Begriffe „Takete“ und „Maluma“ zu zwei willkürlich erzeugten Figuren (Quelle: Manuel Krueger-Kusche, [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maluma\\_und\\_Takete.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Maluma_und_Takete.jpg)).

Köhler (1947, S. 224–225) legte seinen Testpersonen zwei geometrische Objekte vor – das eine gezackt, das andere rundlich – und bat sie, die Bezeichnungen „Takete“ bzw. „Maluma“ diesen Objekten zuzuordnen (angeregt durch Vorarbeiten

von Dimitri Usnadze, 1924). Das Ergebnis war eindeutig: In den meisten Fällen wurde das eckige Objekt als „Takete“ bezeichnet, was mit den „Anmutungsqualitäten“ sowohl der Zeichnungen als auch denen der Bezeichnungen („Takete“ klingt scharf, „Maluma“ weich) erklärt wird.

### 3 Schönheit und (psychische) Krankheit

Eine interessante Seite hat Schönheit, an die man nicht sofort denkt: Sie kann pathologische Verhaltensweisen hervorbringen, nämlich da, wo Menschen versuchen, ihre Schönheit zu beeinflussen (zur Rolle der Kosmetik siehe Jung & Funke, 2015). Als ein Beispiel für diese Neigung ist die *Tanorexie* (=Pathologischer Lichtmissbrauch, Bräunungssucht) anzusehen. Brauner Teint, ewige Jugendlichkeit und glatte Haut als Charakteristika des gängigen Schönheitsideals führen zu verstärkter Nutzung von Solarien, zu übermäßiger Lichtexposition oder zu Behandlungen in Praxen für Schönheitschirurgie. Während in Asien die weiße Haut als Schönheitsideal gilt, ist dies im mitteleuropäischen Raum die gebräunte Haut, die Freizeit und natürliche Schönheit symbolisieren soll. Wie Harth (2017) schreibt, zeigen neuere Untersuchungen im Zusammenhang mit Bräunungssucht auf sehr heterogene Prädiktoren der Tanorexie hin, zu denen auch Alkoholabhängigkeit, Sportsucht oder saisonal abhängige Depression gehören.

Ein anderer Aspekt im Verhältnis von Krankheit und Schönheit hat mit dem Konzept von „healing spaces“ zu tun (Schweitzer, Gilpin, & Frampton, 2004). Wie Ulrich (1984) bereits vor vielen Jahren anhand eines kleinen Experiments in einem amerikanischen Krankenhaus zu zeigen versuchte, hat die Schönheit der Krankenhausumgebung offenbar einen direkten positiven Einfluss auf den Heilungsprozess. Ulrich brachte zwei – nach verschiedenen Kriterien parallelisierte – Patientengruppen mit vergleichbaren Gallenblasen-Operationen entweder in Zimmern mit Blick auf eine schöne Parkumgebung oder mit Blick auf eine hässliche Ziegelsteinmauer unter. Sowohl in Bezug auf die Länge des Krankenhausaufenthalts, auf die Zahl erlebter Komplikationen, auf die Menge an benötigten Schmerzmitteln als auch auf das Auftreten von Depressionen waren die Patienten in der „schönen“ Umgebung denen in der „hässlichen“ klar überlegen.

## 4 Schönheit und Ehrfurcht

Man kennt sicherlich das merkwürdige Gefühl von Ergriffenheit, wenn man vor einem eindrucksvollen Bild steht, ein Stück wunderbare Natur sieht oder ein anrührendes Stück Musik hört: Ehrfurcht vor der jeweiligen Schöpfung. Keltner und Haidt (2003) stellen in ihrem informativen Überblicksartikel zum Thema „Ehrfurcht“ (engl. *awe*) folgenden Bezug zur Schönheit her: „Beautiful people and scenes can produce awe-related experiences that are flavoured with aesthetic pleasure. We cannot give here an account of what makes something beautiful, although we think it likely that there will be at least two sources of intuitions about beauty, one stemming from ‘biophilia’ (Wilson, 1984), and the other from the evolution of sexual desire and attraction (Buss, 1994).“

## 5 Schönheit von Gesichtern

Die Schönheit von Gesichtern ist von besonderer Bedeutung, weil Gesichter (anders als etwa Füße) eine besondere Stellung in der zwischenmenschlichen Kommunikation haben: Gesichter drücken Emotionen aus und haben dadurch automatisch eine hohe Valenz. Folgt man Znoj und Abegglen (2012), werden asymmetrische Gesichter als eher unattraktiv wahrgenommen, umgekehrt werden *ganz* symmetrische Gesichter nicht automatisch als attraktiv eingestuft.

Ein wichtiges Attraktivitätsmerkmal ist die *Durchschnittlichkeit* (Ausgewogenheit) eines Gesichts (siehe die oft zitierte Arbeit von Langlois & Roggman, 1990). Durchschnittsgesichter werden attraktiver beurteilt als die zugrundeliegenden Individualgesichter. Die Technik des „Morphens“ (des Übereinanderlegens und Verschmelzens) von Gesichtern erlaubt es, aus vielen individuellen Gesichtern ein „Durchschnittsgesicht“ herzustellen. Auf der Webseite <http://faceresearch.org> der Universität Glasgow kann man dieses Verfahren selbst ausprobieren.

Aber Vorsicht: durchschnittliche Gesichter werden nicht in jedem Fall als attraktiv bewertet; wenn sehr gut proportionierte, symmetrische Gesichter vorhanden sind, werden diese sogar als noch schöner als das Durchschnittsgesicht empfunden.

Variationen von erwachsenen Frauengesichtern, deren Proportionen dem Kindchenschema angenähert wurden, wurden von mehr als 90% der Befragten als attraktiver eingeschätzt als Durchschnittsgesichter. Eine empfehlenswerte Webseite mit Bildern zum Thema ist hier zu finden: <http://www.beautycheck.de/cmsms/index.php/durchschnittsgesichter>.

Für beide Geschlechter gibt es zudem hohe Korrelationen zwischen dem Attraktivitätsurteil (basierend auf dem Gesicht) und zugeschriebenen Persönlichkeitseigenschaften wie „erfolgreich“, „zufrieden“, „sympathisch“, „intelligent“, „gesellig“, „aufregend“, „kreativ“ und „fleißig“. Vermutlich kommt hier ein „Halo“-Effekt zum Tragen, wonach von einer markanten Eigenschaft einer Person auf eine andere relevante Eigenschaft geschlossen wird, obwohl überhaupt kein Zusammenhang besteht. Die Einschätzung attraktiver Personen erfolgt als eher sozial kompetent, weniger introvertiert, machtvoll, sexuell aktiv, intelligent und gesund.

Die Wahrnehmung einer Person als attraktiv folgt – so die Autoren – universalen und damit biologisch angelegten Mechanismen (siehe dazu auch Voland & Grammer, 2003). Den größten Einfluss auf die Wahrnehmung und Einschätzung anderer Personen haben dynamische Elemente; nicht die „statische“ Schönheit hat die stärkste Wirkung, sondern deren Dynamik, die sich ergibt aus einem wechselnden und der Situation angepassten emotionalen Ausdruck, der Stimme und der Stimmlage sowie körperlichen Bewegungen und Gesten.

## 6 Schönheit und Schulnoten

In einer interessanten Studie gehen Dunkake, Kiechle, Klein und Rosar (2012) der Frage nach, ob die physische Attraktivität von Schülern die Notenvergabe durch Lehrer beeinflusst. Fünf verschiedene Datenquellen, erhoben an 77 Schülerinnen und Schülern eines Gymnasiums aus den Klassenstufen 5 und 9, standen zur Verfügung: (1) prozessproduzierte Daten (Noten verteilt über verschiedene Fächer und verschiedene Zeitpunkte), (2) Kennwerte eines Intelligenztests, (3) Daten einer schriftlichen Befragung im Klassenverbund, (4) Einschätzungen der Klassenlehrer zur Beurteilung der einzelnen Schüler, und (5) Urteile über die physische Attraktivität der Schülerinnen und Schülern durch unbeteiligte Lehrerinnen und Lehrer.

Im Ergebnis der hierarchischen Mehrebenenanalyse zeigt sich auf Basis von gut 1700 vergebenen Noten ein substantieller Effekt der Attraktivität: Das Aussehen der Schülerinnen und Schüler macht bis zu 0.8 Notenpunkte Unterschied auf der üblichen Schulnotenskala von 1–6. „Schönere“ Schüler erhalten „schönere“ Noten, das äußere Erscheinungsbild beeinflusst die Bewertung. Dieser Effekt ist bei Jungen stärker als bei Mädchen. Die Autoren der Studie weisen allerdings auf die Beschränkungen ihres Samples hin – bevor weitreichende Maßnahmen zur

Entschärfung des vermuteten Effekts eingeleitet werden, sollten die Befunde erst einmal an anderen Stichproben repliziert werden.

## 7 Schönheit und sozialer Status bei der Partnerwahl

Schunck (2017) untersucht die Frage, ob sich bei Partnerschaften in Deutschland Belege für einen Austausch von sozio-ökonomischem Status gegen physische Attraktivität finden lassen. In seiner auf repräsentativen Umfragedaten basierenden Umfrage (N = 6732 Personen der deutschen Bevölkerung aus den ALLBUS-Daten 2008, 2010 und 2012) wird die von den Interviewern geschätzte physische Attraktivität der befragten Personen (auf einer elfstufigen Skala) als abhängige Variable verwendet.

Im Ergebnis zeigen sich deutliche Homogamie-Tendenzen („gleich zu gleich gesellt sich gern“) bei den untersuchten Partnerschaften. Bildung spielt dabei eine zentrale Rolle. Aber: Je größer die Differenz zwischen der Bildung des Partners und der Bildung der befragten Person, desto attraktiver ist die befragte Person. Schunck schlussfolgert aus seinen Daten: In Partnerschaften wird sozio-ökonomischer Status gegen physische Attraktivität getauscht, und zwar sowohl von Männern als auch von Frauen. Männlicher sozio-ökonomischer Status (operationalisiert über Bildung) wird dabei in größerem Maße gegen weibliche Attraktivität getauscht als umgekehrt.

## 8 Abschluss

Hönn und Goz (2007) machen in ihrem Beitrag deutlich, dass die 1878 von Margaret Hungerford aufgestellte These „Schönheit liegt im Auge des Betrachters“ inzwischen von zahlreichen Autoren widerlegt wurde. Die Beurteilung der Attraktivität folge allgemeinen, kulturell beeinflussten Normen und hänge nicht allein vom Betrachter ab. Die Veränderung von Schönheitsidealen über die Jahrhunderte hinweg wie auch der Vergleich verschiedener Kulturen belege das eindrucksvoll.

Dass das Konzept „Schönheit“ viele Facetten besitzt, macht die Anekdote des antiken griechischen Malers *Zeuxis von Herakleia* (er hat im letzten Drittel des 5. und den ersten Jahren des 4. Jahrhunderts vor unserer Zeit gelebt) über die weibliche Schönheit deutlich: Die Bewohner von Kroton beauftragten Zeuxis, ein Bild mit dem Ideal der weiblichen Schönheit zu malen – es sollte Helena gewidmet



**Abbildung 3:** Bild des französischen Malers François-André Vincent (1746–1816) von 1789 „Zeuxis, wie er seine Modelle für das Bildnis der Helena unter den Mädchen von Kroton auswählt“ (Quelle: <http://vellocinodeoro.hypotheses.org/891>).

werden, der angeblich schönsten Frau der damaligen Zeit (sie war ein Grund für den Kampf um Troja). Zeuxis bat die Bewohner, ihm alle Mädchen des Ortes zu zeigen. Er wählte fünf Mädchen aus – nicht eine davon war vollkommen, sondern jede hatte Vorzüge und Nachteile. Der Maler führte daraufhin die schönsten Teile der beteiligten Frauen zusammen – eben *seine* Idee der Schönheit. Abbildung 3 illustriert diese Geschichte.

Die psychologischen Beiträge zum Thema Schönheit sind nicht ganz so einfach in ein Bild zu überführen, wie es Zeuxis damals getan hat. Es bleibt ein unscharfes Konzept, über das nachzudenken sich lohnt. Dabei sollten wir uns die Warnung des Königsberger Philosophen Immanuel Kant (1724–1804) vor Augen halten: „Es kann keine objektive Geschmacksregel, welche durch Begriffe bestimmte, was schön sei, geben. Denn alles Urteil aus dieser Quelle ist ästhetisch; d.i. das Gefühl des Subjekts, und kein Begriff eines Objekts, ist sein Bestimmungsgrund. Ein



Prinzip des Geschmacks, welches das allgemeine Kriterium des Schönen durch bestimmte Begriffe angäbe, zu suchen, ist eine fruchtlose Bemühung, weil, was gesucht wird, unmöglich und an sich selbst widersprechend ist.“ (Kant, 1790, S. 113).

### Danksagung

In Vorbereitung dieses Beitrags hat mir Elena Graf bei der Literatursammlung geholfen und hilfreiche Kommentare zu einer Vorfassung gegeben. Dafür danke ich herzlich! Für Kommentare und Anmerkungen danke ich Dr. Marlene Endepohls ebenfalls herzlich.

### Literatur

- Brielmann, A. A., & Pelli, D. G. (2018). Aesthetics. *Current Biology*, 28(16), R859–R863. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2018.06.004>
- Buss, D. M. (1994). *The evolution of desire*. New York: Basic Books.
- Dunkake, I., Kiechle, T., Klein, M., & Rosar, U. (2012). Schöne Schüler, schöne Noten? Eine empirische Untersuchung zum Einfluss der physischen Attraktivität von Schülern auf die Notenvergabe durch das Lehrpersonal. *Zeitschrift für Soziologie*, 41(2), 142–161. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/23773554>
- Eco, U. (2004). *On beauty. A history of a western idea*. London: Secker & Warburg.
- Fechner, G. T. (1876). *Vorschule der Aesthetik*. Leipzig: Breitkopf & Härtel.
- Harth, W. (2017). Überbraune Ästhetik: Die Oberfläche von Tanorexie und Bräunungssucht. *Der Hautarzt*, 68(12), 968–972. <https://doi.org/10.1007/s00105-017-4052-y>
- Herrmann, T. (1957). *Problem und Begriff der Ganzheit in der Psychologie*. Wien: Rohrer.
- Hönn, M., & Göz, G. (2007). The ideal of facial beauty: A review. *Journal of Orofacial Orthopedics*, 68(1), 6–16. <https://doi.org/10.1007/s00056-007-0604-6>
- Jung, E. G., & Funke, J. (2015). Kosmetik im Wandel der Jahrtausende. *Aktuelle Dermatologie*, 41(5), 80–92. <https://doi.org/10.1055/s-0034-1391962>
- Kant, I. (1790). *Kritik der Urteilskraft*. Leipzig: Philipp Reclam jun.
- Keltner, D., & Haidt, J. (2003). Approaching awe, a moral, spiritual, and aesthetic emotion. *Cognition and Emotion*, 17(2), 297–314. <https://doi.org/10.1080/02699930302297>
- Klix, F. (2001). Über Gestaltpsychologie. *Zeitschrift für Psychologie*, 209(1), 1–16. <https://doi.org/10.1026//0044-3409.209.1.1>
- Köhler, W. (1947). *Gestalt psychology: An introduction to new concepts in modern psychology*. New York: Liveright.

- Langlois, J. H., & Roggman, L. A. (1990). Attractive faces are only average. *Psychological Science*, *1*(2), 115–121. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1990.tb00079.x>
- Schunck, R. (2017). Status und Schönheit: Wird sozio-ökonomischer Status in Partnerschaften gegen physische Attraktivität getauscht? *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, *69*(2), 283–305. <https://doi.org/10.1007/s11577-017-0447-0>
- Schweitzer, M., Gilpin, L., & Frampton, S. (2004). Healing spaces: Elements of environmental design that make an impact on health. *Journal of Alternative and Complementary Medicine*, *10*(Supplement 1), S71–S83.
- Ulrich, R. S. (1984). View through a window may influence recovery from surgery. *Science*, *224*(4647), 420–421.
- Usnadze, D. (1924). Ein experimenteller Beitrag zum Problem der psychologischen Grundlagen der Namengebung. *Psychologische Forschung*, *5*(1), 24–43. <https://doi.org/10.1007/BF00402395>
- Voland, E., & Grammer, K. (Eds.). (2003). *Evolutionary aesthetics*. Heidelberg: Springer.
- Wilson, E. O. (1984). *Biophilia: The human bond with other species*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Znoj, H. J., & Abegglen, S. (2012). Face off? Emotionsausdruck und (soziale) Identität aus psychologischer Perspektive. *Journal für Ästhetische Chirurgie*, *5*(4), 143–149. <https://doi.org/10.1007/s12631-012-0193-0>

## Über den Autor

Joachim Funke ist seit 1997 Professor für Allgemeine und Theoretische Psychologie am Psychologischen Institut der Universität Heidelberg. Promoviert wurde er 1984 an der Universität Trier. Im Jahr 1990 habilitierte er sich an der Universität Bonn. Er war Gastprofessor an verschiedenen Universitäten, darunter Fribourg (Schweiz), Melbourne (Australien), Nanjing (China) und Szeged (Ungarn). Seine primären Forschungsinteressen liegen im Bereich von Denken, Kreativität und Problemlösen. Seine Forschungsideen wurden unter anderem von der Deutschen Forschungsgemeinschaft, von Bundesministerien und von der Europäischen Union finanziell unterstützt. Er hat zahlreiche Artikel in internationalen Fachzeitschriften veröffentlicht, Kapitel zu Fachbüchern beigetragen und eigene Bücher herausgegeben und veröffentlicht.

Von 2010 bis 2014 war er Vorsitzender der Internationalen Expertenkommission für Problemlösen im Rahmen der weltweiten PISA-Studien der OECD. Auf ihn geht ein Wechsel im Verständnis von Problemlösen zurück, der die Perspektive von statischem zu dynamischen Problemlöseaktivitäten verschiebt. Von der ungarischen Universität Szeged wurde ihm 2015 für seine Verdienste um die computerbasierte Erfassung von Problemlöseprozessen der Titel eines Ehrendoktors verliehen. Von Oktober 2011 bis März 2019 war er Sprecher des Akademischen Senats der Universität Heidelberg. Im April 2019 hat sein Ruhestand begonnen.

### **Korrespondenz:**

Prof. Dr. Dr. h.c. Joachim Funke (ORCID ID: 0000-0001-9129-2659)

Universität Heidelberg

Psychologisches Institut

Hauptstr. 47-51

69117 Heidelberg

E-Mail: [Joachim.funke@psychologie.uni-heidelberg.de](mailto:Joachim.funke@psychologie.uni-heidelberg.de)

Homepage: <https://funke.uni-hd.de>