



Zusammenfassung unseres Treffens vom 23.10.2022

Stichwort: „Schönheit“

Anwesende: Isabel Viñado-Gascon, Anna Strasser, Renate Teucher, Hans-Joachim Kiderlen, Aliko Bürger, Martin Wein, Patrick Plehn, Alexander von Falkenhouse, Klaus Bigge, Wolfgang Sohst

Ort: Wohnung von Hans-Joachim Kiderlen

Die Worte ‚schön‘ bzw. ‚Schönheit‘ können vieles bedeuten. Damit kann beispielsweise

- eine subjektive Empfindung des Wohlgefallens oder des Wohlfühlens
- eine objektive Eigenschaft von Gegenständen oder Ereignissen
- eine systemische bzw. metaphysische Eigenschaft von sozialer Ordnung
- ein soziologisches Identitätskriterium
- eine moralische Wertung

und mehr gemeint sein. Entsprechend vorsichtig muss man bei der Rede über Schönheit sein, auf welche Bedeutung man sich bezieht.

Unter den **subjektiven Empfindungen** des Schönen gibt es viele Variationen, die obendrein auch in ihrer Intensität und existenziellen Verankerung sehr unterschiedlich ausfallen können. Beispielsweise unterscheidet sich eine tiefe Sehnsucht nach dem Schönen (Stichwort: „Das ist zum Sterben schön“) sowohl in seiner Intensität als auch in seiner **existenziellen Dimension** stark von dem oberflächlichen Schönfinden irgendeines Alltagsgegenstandes. Die erotische Attraktion, die oft in Begriffen des Schönen formuliert wird, ist wiederum eine ganz andere, ebenfalls subjektive Regung.

Ob die Empfindung des Schönen subjektiven Ursprungs ist, lässt sich beispielsweise feststellen, indem man verschiedene Personen zu ihrem Schönheitsurteil bei ein und derselben Sache befragt. Fallen die Urteile sehr unterschiedlich aus, legt dies den Eindruck einer überwiegend subjektiven Empfindung nahe. Dies gilt jedoch nicht in allen Fällen. In Fragen der Mode, der erotischen, moralischen und politischen Schönheitsideale Ideale können sich **uniforme Schönheitsmeinungen** über große Personengruppen bilden, die zwar sehr einheitlich sind, aber dennoch subjektiv. In solchen Fällen hilft der historische Vergleich. Was zu einer Zeit allenthalben als schön empfunden wurde, muss nicht zu allen anderen Zeiten ebenfalls empfunden worden sein. Auch kollektiv einheitliche Schönheitsurteile sind also überwiegend subjektiv, wenn sie ein **Ausdruck des Zeitgeistes**, von Moden und ähnlichen kollektiven Phänomenen sind.

Ein besonderes Merkmal von reaktiven Gefühlsempfindungen auf die Umwelt, zu denen auch das Empfinden der Schönheit gehört, ist die psychologisch begründete Neigung, eine solche **Empfindung zu objektivieren**, d.h. sie dem jeweils wahrgenommenen Gegenstand oder Ereignis als objektive Eigenschaft zuzuschreiben. Dies ist keineswegs ein kognitives Fehlurteil, sondern eher eine **Abkürzung im Umgang mit der Umwelt**. Andererseits ist diese Objektivierung des Subjektiven häufig ein Problem. Denn mit der Objektivierung solcher subjektiven Empfindungen gehen andere **Geltungsansprüche** des eigenen Urteils einher.

Die unklare Trennung zwischen der subjektiven Empfindung des Schönen und den objektiven Eigenschaften von Gegenständen Ereignissen tritt besonders deutlich hervor, wenn von der Natur oder Menschen die Rede ist. In letzterem Fall muss man wiederum unterscheiden zwischen **ästhetischen und moralischen Konnotationen** von ‚schön‘. Beide lassen sich nicht einfach austauschen. Beispielsweise ist ‚schön‘ im Spruch des Faust: „Verweile doch, du bist so schön“ nicht durch ‚gut‘ austauschbar. Denn ‚gut‘ wäre hier eine zu stark moralische Kategorie. Es ist hier gerade die ästhetische Erscheinung auch des Guten, was der Schönheit den Vorzug gibt.

Die Verbindung von ‚schön‘ und ‚gut‘ ist andererseits nicht nur ein öffentliches Thema schon seit der griechischen Antike und damit ein wichtiges **soziales Phänomen**. Bei Platon und später im Christentum wurde das Schöne nicht nur mit dem Guten, sondern auch mit dem Wahren schlechthin zu einer metaphysischen Trias der Eigenschaften des gesamten Kosmos erhoben. Plotin wiederum identifiziert das Schöne mit der *unio mystica*, der unbegreiflichen **kosmischen Alleinheit**. Damit sind auch ihre spezifischen Gegenteile in einer dichotomen Gruppe vereint: das Hässliche, der Tod (als Vergänglichkeit und Verwesung), die vorsätzliche, rechtlose Zerstörung und die Lüge. Die Nominalisierung all dieser Begriffe fördert auch deren Objektivierung, so als ob es sich dabei um eigene Gegenstände jenseits der Begriffswelt handele.

Ein jüngeres Phänomen der europäischen Kulturgeschichte, aufkommend in der Aufklärung, ist die Entdeckung der **Naturschönheit** als subjektiv starke Empfindung. So wird, sehr wirkungsmächtig, in Rousseaus *Emile* der **unverbildete Naturmensch** zum ursprünglich schönen Menschen stilisiert. In archaischen Kulturen ist die Natur dagegen eher etwas Respektgebietendes. Als Wirklichkeit des kosmischen Ganzen ist sie aber auch transzendenter Ausdruck einer Weltordnung, von der auch der Mensch ein Teil ist. In diesem ehrfürchtigen Sinne ist sie auch dort schön. Diese **heilige Empfindung** unterscheidet sich stark von der äußerlichen Schönheit einzelner Gegenstände in der europäischen Moderne.

Diese Transformation der Erfahrung des Schönen geschah nicht zufällig mit der **Entgottung** der europäischen Metaphysik und der gleichzeitig aufblühenden **Industrialisierung**. Diese neue Aneignung der Naturschönheit durch den Menschen ist insofern ein Verlust gewesen, als sie den Eigenwert der Natur zu vergessen begann, ihre Ressourcen der industriellen **Ausbeutung** freigab und ihren Blick nur noch auf die angeblich ‚ursprüngliche‘ und damit im neuen Sinne ‚schöne‘ Natur (Rousseau) richtete. Es ist folglich historisch und kulturgeschichtlich wichtig, wie unterschiedlich der Mensch mit dem Empfinden von Schönheit umgegangen ist. Im europäischen Mittelalter war beispielsweise allein Gott ursprünglich schön, um nur davon abgeleitet auch seine Schöpfung.

Geht aber die Fähigkeit zur Empfindung von Schönheit nicht aller Kultur und Erziehung voraus? Sicherlich muss es eine solche Fähigkeit geben, sonst ließe sie sich nicht kultivieren. Sie ist aber nicht *nur* eine angeborene Empfindungsmöglichkeit, sondern in ihrer konkreten Erscheinung eine **Frucht von Erziehung und kultureller Entwicklung**. Diese Kultivierung ist heute allerdings stark durch industrielle Interessen bestimmt. Marketing, besonders in der Mode, ist zu nicht geringen Teilen das erfolgreiche Training möglicher Konsumenten in ihrem Schönheitsempfinden. Eine erwachsene Person ist mit entsprechender Vorbildung aber auch in der Lage, sich selbst in der Empfindung des Schönen zu kultivieren.

Das Empfinden von Schönheit wird in im Zuge der europäischen Säkularisierung nicht nur objektiviert, sondern auch naturalisiert: **„Die Natur“ wird zum Inbegriff des Schönen**. Parallel dazu ist es *common sense*, dass die Empfindungsfähigkeit für die Naturschönheit selbst natürlich sei im Sinne von ‚angeboren‘, mithin eine zur Natur komplementäre, quasi-biologische Eigenschaft des Menschen. Aus dem Menschen als Teil der schönen Schöpfung wird damit eine emotionale Beziehung zwischen Mensch und Natur. Als Begründung hierfür wird häufig angeführt, dass der Mensch ein unbewusst rationales

Empfinden für Proportionen, Farb- und Klangkompositionen etc. habe und **Schönheit als Ebenmaß** dieser Verhältnisse erlebt werde.

Die Subjektivität in der Zuschreibung von Schönheit zeigt sich schließlich auch daran, dass selbst dem Abstoßenden, Schrecklichen, Grausamen und Gruseligen ein hohes Maß an Schönheit zugeschrieben werden kann. Die **Unterhaltungsindustrie** lebt in großem Umfange von diesem Effekt. Ernst Jünger beschrieb sogar die Materialschlachten des Ersten Weltkrieges schockierenderweise als schaurig-schöne Überwältigung. Marcel Duchamp schaffte es, alte Pissoirs und Flaschenständer in bejubelte Kunstobjekten zu verwandeln.

Der Begriff des Schönen oszilliert offenbar zwischen vielen anderen Kategorien sozialer Realität und des subjektiven Empfindens und verbindet sie. Heilige Figuren sind bis heute Gegenstand ästhetischer Verklärung und einer Zuschreibung jenseitiger Schönheit, z.B. bei Bildnissen der Mutter Maria. Käufliche Massenprodukte werden wiederum zu Konsumlieblingen, indem sie mit Attributen der Schönheit belegt werden. Selbst Mathematische Formeln werden wegen ihrer kompakte Eleganz als schön empfunden.

In religiöser Hinsicht dagegen ist die Schönheit oftmals der diesseitige Ausdruck des Glaubens. In solchen Relationen zeigt sich die **metaphysische Dimension des Schönen**. Im Zuge der europäischen Säkularisierung hat hier allerdings schon seit dem 19. Jahrhundert der Museumsbau zunehmend den Kirchenbau abgelöst. Die Anbetung der schönen Kunst verdrängt vor allem in den christlichen Kulturräumen zunehmend die Anbetung von Göttern. Die Frage ist hier, welche psychischen und sozialen Bedürfnisse durch solche tief empfundenen Gefühle bedient werden. Man bleibt an der Oberfläche des Phänomens, wenn man Schönheit allein durch Begriffe wie Harmonie, Wohlgefallen, Proportion, Ebenmäßigkeit, Klarheit, Eleganz, Perfektion oder mit seelischer Schönheit wie Aufrichtigkeit, Vitalität und sittlicher Reinheit identifiziert. Diese Faktoren spielen sicherlich eine wichtige Rolle, häufig aber nur eine sekundäre. Dies zeigt sich besonders deutlich an der schon in der Antike verbreiteten Auffassung, dass das **Schöne auch das Gute und damit auch das Wahre** sein müsse. Diese metaphysische Wertetrias verlangt zu ihrer Konkretisierung den Rückgriff auf jene genannten Sekundärmerkmale. In diesem Sinne hat das Schöne eine **sinnliche Beweisfunktion**: Erst die Schönheit des moralisch Guten beweist sinnlich seine Wahrheit.

Der heute ebenfalls übliche, rein **funktionale Schönheitsbegriff** ist dagegen eher jung und im technischen Sinne modern. Eine gelungene Ingenieursleistung oder eine gewagte architektonische Leistung sind Beispiele technischer Schönheit. In diese Kategorie dürften auch Spitzenleistungen der Konsumkultur wie ein iPhone oder ein Porsche fallen, deren technische Meisterschaft sich auch ästhetisch ausdrücken muss, um affektive Geltung beanspruchen zu können. Man kann bestreiten, dass solche Gegenstände überhaupt im klassischen Sinne schön seien, weil sie doch eher das Ergebnis technischer Höchstleistungen und des geschickten Marketings sind. Das ändert aber nichts daran, dass sie von weiten Kreisen der Bevölkerung als sehr schön empfunden werden. Auch hier adelt die Schönheit emotional, was es mit seinem Attribut zielt, selbst aber keine sinnliche Qualität hat. Ein solches Schönheitsempfinden z.B. gegenüber jenem für die Natur abzuwerten, steht im Verdacht des **Elitismus**.

Die umgekehrte Abhängigkeit besteht ebenfalls. Das Schöne bedarf des Guten und auch – in geringem Maße – des Wahren, um nicht als Tand und **Kitsch** der Verachtung anheimzufallen. Die Beziehung zwischen dem Schönen, Guten und Wahren ist empfindlich: Wenn sie unglaublich ist, kann die ‚falsche‘ Schönheit sogar abwertend wirken. Bestätigen sie sich aber gegenseitig, so verstärken sie sich und schwingen sich auf bis zur höchsten, heiligen Idee Gottes. Die Trinität von Schönheit von Gutem, Schönerem und Wahrem ist deshalb als Ideal durch nichts zu ersetzen.

Im Gefolge dieser Funktion des Schönen spielen sich psychologisch und sozial zahlreiche weitere Dinge ab. Allgemein empfundene Schönheit zieht beispielsweise **Aufmerksamkeit** auf sich und kann eine starke affektive Betroffenheit bis zur **überwältigenden Ergriffenheit** bewirken. Kant betonte mit seinem Schönheitsbegriff als Erster das Moment der Überwältigung, vor allem in der Verbindung von Naturgewalt und Schönheit. Fraglose Schönheit wird auch mit Klugheit, Wissen und Vernunft auf Seiten ihrer Schöpfer assoziiert, und sogar mit der Erfahrung von Freiheit.

Die gesamte Vielfalt schöner Phänomene, insbesondere im Bereich der Kunst, erschließt sich dem Individuum erst durch **Bildung und Erziehung** und das daraus resultierende Wissen. Die Schönheit vieler Kunstwerke wird man ohne Vorbildung weder spüren noch verstehen. Es gibt Lernprozesse, durch die wir schließlich schön finden, wo wir vorher nichts empfanden. Dinge werden auch deshalb schön, weil wir so viel Mühe investieren, sie zu erzeugen. Die Schönheit des Geschaffenen wird somit zu einem symbolischen Teil des **Lohns unserer Arbeit** (nicht nur der göttlichen Schöpfung). Dann ist es ärgerlich, wenn man uns solche nüchternen, gar ‚schnöden‘ Gründe des Schönen in unserem Verhalten vorführt. Unsere Bemühung um eine wertvolle Leistung wird damit ästhetisch invalidiert. Dies kann Aggressionen hervorrufen, und zwar viel stärker, als wenn man unsere nicht emotional besetzten Überzeugungen angreift. Der Grund hierfür könnte sein, dass sich für Emotionen keine nüchterne Begründung angeben lässt. Ihr bloßes Auftreten muss deshalb für ihre Geltung genügen. Wo dies nicht gelingt, fühlen wir uns mit unserem Gefühl in die Ecke gedrängt.

Es ist deshalb wichtig zu verstehen, wie man in verschiedenen gesellschaftlichen Kreisen den Gebrauch des Wortes ‚schön‘ erlernt. Neben der grundlegenden Fähigkeit zur Empfindung von Schönheit verleiht eine Gesellschaft bestimmten Personen die **institutionelle Kompetenz** zum konkreten Schönheitsurteil. Die Kunstexperten und LiteraturkritikerIn beispielsweise ist nicht nur professionell legitimiert, etwas schön zu finden, sondern es *wird* durch ihr Expertenurteil schön. Die Fähigkeit, Schönheit in die Dinge ‚hineinzusehen‘, d.h. ihnen die **kollektive Anerkennung** als schön zu verschaffen, ist eine spezielle Form der Vermittlung von Wertüberzeugungen. Hier spielen die persönliche Autorität und das Charisma derjenigen Personen, die solche Zuschreibungen etablieren, eine entscheidende Rolle.

Erst die soziologische Perspektive auf das Phänomen des Schönen schließt somit die **kategoriale Kluft** zwischen subjektiver Empfindung und objektiver Attribuierung. So hat beispielsweise Benedict Anderson nachweisen können, dass die staatlich geförderte Schönheit mittels Museumsbauten im 19. Jahrhundert ein wesentlicher Faktor zur Förderung des noch jungen Nationalbewusstseins der europäischen Gesellschaften war. Das gemeinsame Schönheitsempfinden erfüllt damit eine soziale und politische Bindungsfunktion. Es ist ein wichtiger funktionaler **Baustein der kollektiven Selbstvergewisserung**. Die Frage ‚Wer sind wir?‘ wird nicht zuletzt dadurch beantwortet, dass ein Kollektiv ähnliche Schönheitsideale hat und damit wahrscheinlich auch ähnliche moralische Ideale. Es mag anthropologisch sogar notwendig sein, den Gruppenzusammenhalt durch ästhetische Kategorien zu festigen. Die Selbstvergewisserung des Wir durch das Schöne wäre dann eine sehr gute Funktion sozialer Ordnung. Denn Schönheit ist eine sehr **angenehme Erfahrung**, und wer sein kollektive Identität als schön erlebt, wird auch sozial und politisch nicht dagegen anarbeiten. Warum sollte sich also eine demokratische Gesellschaft nicht auch durch gemeinsame schöne Dinge ihrer selbst vergewissern?

Die Funktion des Schönen ist andererseits **missbrauchs anfällig**, nicht nur in der industriellen Konkurrenz um die Käufergunst, die sich bis zur stolzen Identifikation einer Person mit ‚ihrer‘ Marke steigern kann. Der Missbrauch von Schönheitsidealen fällt auch im politischen Machtkampf häufig auf fruchtbaren Boden, beispielsweise als Stilisierung des ‚schönen‘ der eigenen Ethnie und Nation gegenüber fremder und ausländischer Hässlichkeit. Adorno prägte für solche gesellschaftlich ästhetischen und politischen Fehlentwicklungen vor allem im Zusammenhang mit dem Kapitalismus den Begriff des

Verblendungszusammenhanges. Und selbst die Schönheit des religiösen Glaubens schützt nicht vor Machtmissbrauch. Luther und die gesamte Reformation stehen für die Aufdeckung dieses Zusammenhanges.

Tiefsitzende und teilweise **diskriminierende ästhetische Gewohnheiten** zeigen sich auch in rassistischen Wertungen, z.B. hinsichtlich der Hautfarbe, der Gesichtsform und der Körperproportionen. Solche Wertungen müssen nicht einmal immer die eigene Ethnie bevorzugen. Beispielsweise ist die Idealisierung der hellen Hautfarbe, nicht gekräuselter Haare und anderer Merkmale des so genannten kaukasischen Menschentyps selbst unter Menschen mit dunkler Hautfarbe verbreitet.

Die bereits genannte **Nähe des Schönen zum Reinen und Perfekten** ist besonders von der industriellen Konsumgüterproduktion gefördert worden. Dies schlägt zunehmend auch auf die Perfektionsansprüche von Menschen an sich selbst zurück. Die Kriterien der menschlichen Schönheit werden heute zunehmend von den optischen Filtern auf Instagram und anderen Social-Media-Kanälen bestimmt. Schönheit tendiert hier zur äußerlichen Perfektion der körperlichen Erscheinung, zur Idealisierung von Gesichts- und Körperproportionen. Eine solche **künstliche Fabrikation von Körperschönheit** lässt sich nicht mehr auf ihre Korrespondenz mit dem Guten und Wahren (Wahrhaftigen, Aufrichtigen) hin überprüfen. Sie ist deshalb affektiv arm; das einzige Gefühl, was sich unter solchen Bedingungen noch durchsetzt, ist die Angst vor dem eigenen Versagen als nicht-schön und die **Konkurrenz im Schönheitswettbewerb**. Damit wird Schönheit zur normativen Kategorie, zur freiheitsbeschränkenden Vorschrift und letztlich zum subjektiven Zwang.

Die Glaubwürdigkeit von Zuschreibungen der Schönheit ist **zwiespältig**, nämlich immer dann, wenn ihre Zuschreibung überraschend zu Gegenständen und Ereignissen erfolgt, die bisher eher nicht als schön empfunden wurden. Dann erzeugt es einen besonderen Reiz, die eigentlich hässliche, langweilige, reizlose oder sogar schmerzhaft empfundene Erfahrung zur schönen umzudeuten. Dem Schönen steht somit sozial häufig gar nicht das Hässliche gegenüber, sondern eher das Störende, Langweilige, Überflüssige, Aufdringliche.

Das konkretisierte Schöne ist damit etwas, was sich Menschen im Laufe ihrer Biografie aneignen. Dem widerspricht die verbreitete Auffassung, dass das ursprünglich Schöne aus der Natur komme. Die konkrete Natur, d.h. ihre Erscheinung als Rohstoff- und Lebensquelle, wurde über weite Strecken menschlicher Kulturgeschichte primär aber nicht als schön, sondern als etwas zu Bändigendes, Gefährliches, und darüber hinaus als einfach gegeben erfahren. Der Mensch hat sich im Zuge seiner **Distanzierung von der Natur** schon früh von ihr abgewandt und seine eigenen Schönheitskategorien sogar *gegen* die Natur entwickelt. Im europäischen Kulturraum gedieh dieses Bewusstsein zum **Ideal der Naturbeherrschung**. Es trat damit das Erbe jener ursprünglichen Schönheit des kosmischen Ganzen an, deren integraler Teil der Mensch ist. Eine Bedingung zur Rückgewinnung dieses metaphysisch-integralen Schönheitsempfindens wäre vielleicht eine Distanzierung von der allgegenwärtigen sozialen und vor allem wirtschaftlichen Betriebsamkeit im Sinne einer **existenziellen Rückbesinnung**.

Eine solche Rückbesinnung entzieht das Empfinden ganzheitlicher Schönheit jedoch dem rationalen Denken. Es ist eher eine fundamentale **Entscheidung zur Wertschätzung** der Welt, noch vor aller berechtigten Kritik an ihren aktuellen Mängeln. Ein solcher Schönheitsbegriff wird damit aber auch dem christlichen Gottesbegriff als unendlichem Intellekt entzogen. In diesem Sinne ist ein solches fundamental existenzielles Schönheitsempfinden der Welt auch mit säkularen Konzepten der Weltordnung vereinbar. Es erlöst uns davon, das Schöne auf das sozial Gemachte zu reduzieren. (ws)