



Antje Flade

Psychologie des Alltags- lebens

Mehr
Selbsterkenntnis
und Selbstwirksamkeit

SACHBUCH



Springer

Psychologie des Alltagslebens

Antje Flade

Psychologie des Alltagslebens

Mehr Selbsterkenntnis und
Selbstwirksamkeit



Springer

Antje Flade
Hamburg, Deutschland

ISBN 978-3-658-36594-3 ISBN 978-3-658-36595-0 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-36595-0>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2022

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Einbandabbildung: © Chilehaus Hamburg Innenhof – Stock-Foto/Adobe Stock

Planung/Lektorat: Lisa Bender

Springer ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Miteinander und gegeneinander	7
2.1	Gleich und gleich gesellt sich gern	9
2.2	Die versteckte Dimension	13
2.3	Kuscheln	18
2.4	Vielfalt	22
2.5	Zwietracht	31
2.6	Schwierige Verständigung	35
2.7	Macht	38
2.8	Eitelkeit	45
3	Die Umwelt wird erlebt	51
3.1	Der erste Eindruck	53
3.2	Der verlorene Sohn	58
3.3	Was ist richtig?	63
3.4	Sich sicher fühlen	68
3.5	Geisterohren	73
3.6	Gebautes als Kommunikationsmittel	76
4	Die natürliche Umwelt wird geschätzt und bewahrt	83
4.1	Ab ins Grüne und Blaue	85
4.2	Umweltaktivisten	91
4.3	Der Kindheitsfaktor	96
4.4	Sparsamkeit	101

VI Inhaltsverzeichnis

5	Besondere Orte	105
5.1	Baumhöhle und Eisdiele	107
5.2	Im Home Office	110
5.3	Im Wald	117
5.4	Orte der Antike	122
6	Aktiv und kreativ	129
6.1	Sich verwurzeln	130
6.2	Sich zu eigen machen	133
6.3	Immer fitter, immer schöner	140
6.4	Vom Lachen	145
6.5	Mutige Architektur?	151
7	Was tun?	157
7.1	Hybris	159
7.2	Vorrückendes Eis	163
7.3	Leere Plätze, leere Theater	167
8	Schluss	173
	Literatur	185



1

Einleitung

Der Titel „Zur Psychologie des Alltagslebens“ weckt Assoziationen an die 1904 von Freud publizierte Studie „Zur Psychopathologie des Alltagslebens“. Fehlleistungen wie das Versprechen, Vergessen und Verlieren sind zwar ebenfalls alltäglich, die Psychologie des Alltagslebens ist jedoch weniger auf Pathologisches und das Unbewusste ausgerichtet. Sie schaut sich vielmehr die alltägliche Lebenswelt und deren Einflüsse auf den Menschen an. Ausgangspunkt ist die Überlegung, dass man kaum verstehen kann, warum Menschen so und nicht anders handeln, wenn man die physischen, sozialen und gesellschaftlichen Bedingungen außer Acht lässt. Warum ist ein und derselbe Mensch sowohl hilfsbereit als auch abweisend und aggressiv? Offensichtlich sind es nicht seine Persönlichkeitseigenschaften allein, die sein Handeln bestimmen. Die Tendenz, Verhalten allein auf persönliche Eigenschaften zurück zu führen und die Einflüsse der umgebenden Umwelt zu ignorieren, hat Bierhoff (2006) als „Laiendispositionismus“ bezeichnet. Er kommt auch in der Zweiteilung in gute und böse Menschen zum Ausdruck. In unzähligen bildlichen Darstellungen des Jüngsten Gerichts wurde den Menschen vor Augen geführt, dass die guten Menschen in den Himmel kommen und die Bösewichte auf ewig in der Hölle schmachten müssen. Doch die Menschen sind nicht immer gut und nicht durchweg böse. Denn ihr Tun hängt mehr oder weniger auch von äußeren Umständen und der augenblicklichen Situation ab. Wenn sie beleidigt und gekränkt werden oder sich jemand dreist vordrängelt, reagieren sie mit Aggression; wenn ein Mensch Hilfe benötigt, unterstützen sie ihn. Mit dem Laiendispositionismus kommt man nicht weit, wenn man erklären möchte, warum sich ein und derselbe Mensch einmal gut und ein anderes Mal böse verhält.

Was also tun? Man schaut sich in der Sozial- und Umweltpsychologie um, den Bereichen der Psychologie, die sich mit der Erforschung der Zusammenhänge zwischen den sozialen und physischen Umweltbedingungen und dem Erleben und Verhalten des Menschen befassen. In Fachbüchern und Fachzeitschriften kann man eine Menge darüber erfahren. Man wird informiert über Theorien und Modelle, über methodische Herangehensweisen sowie die Wirkungen von Natur- und Stadtumwelten, von Lärm und Luftverschmutzung, Wetter und Klima, hoher räumlicher und sozialer Dichte auf den Menschen. Man erfährt etwas über den Einfluss von Einstellungen und gruppendynamischen Prozessen. Es sind Fachbücher und Fachbeiträge, die sich in erster Linie an Leute vom Fach richten. Für Nicht-Fachleute ist die Fachliteratur nicht leicht verständlich. Abgesehen davon, müsste die Fachliteratur auch erst einmal gefunden und beschafft werden.

Das Ziel ist damit umrissen: Es geht um ein „giving psychology away“ in der Weise, dass die Ergebnisse psychologischer Forschung einem über die Fachwelt hinaus reichenden Kreis an Menschen näher gebracht werden. Bemerkenswert ist, dass dieses Ziel schon William Stern in den 1930er Jahren vorgeschwebt hatte. Für ihn war die Psychologie eine Wissenschaft, die neben der Gewinnung theoretischer Erkenntnisse immer auch Einfluss auf das praktische Geschehen im öffentlichen Leben nehmen sollte (vgl. Probst, 2014). Ein solches Verständnis von Psychologie hat auch Miller gehabt, damals Präsident der American Psychological Association (APA). Es sei an der Zeit, wie sich Miller (1969) vernehmen ließ, dass sich Psychologen nicht immer nur mit Psychologen unterhalten und nicht nur in Fachjournalen, die von Psychologen gelesen werden, veröffentlichen, und sich ausschließlich mit experimenteller Forschung unter kontrollierten Bedingungen befassen, ohne sich auch einmal ernsthaft Gedanken über die Anwendung ihrer Forschungsergebnisse in realen Situationen zu machen. Zimbardo, einige Jahre später Präsident der APA, hat ernüchert konstatiert: „Sadly, the banner raised by Miller’s inspirational speech did not fly very high over most psychology departments for many years to come“ (Zimbardo (2004, S. 340). Doch ganz so pessimistisch wie Miller war Zimbardo nicht. So hat er auf den praktischen Nutzen und die bisherigen Erfolge der Psychologie hingewiesen wie die fachgerechte Konzeption von Tests, die Entwicklung zuverlässiger Erhebungs- und Evaluationsmethoden, die Anwendung der Lerntheorie in der Erziehung und Therapie sowie die Schaffung besserer Arbeitsbedingungen.

Das Ziel eines „giving psychology away“ ist sicherlich sehr hoch gesteckt. Der Anspruch ist alles andere als gering, wenn psychologische Erkenntnisse in den Bereichen Gesundheit und Wohlbefinden, Erziehung und Bildung,

Sicherheit und organisatorische Effektivität usw., in denen sich feste bürokratische Strukturen heraus gebildet haben, Veränderungen bewirken sollen.

Ein möglicher Ansatzpunkt für ein „giving psychology away“ sind eigene Erfahrungen. Warum hat man sich unsicher gefühlt, als man zu später Stunde draußen unterwegs war? Warum hat man das dringende Verlangen nach einem „Tapetenwechsel“? Warum empfindet man es als nicht stimmig, wenn man der einzige Gast im Lokal ist?

Die psychologische Kommentierung solcher in Geschichten gekleideter Erfahrungen, die man selbst erlebt haben könnte oder über die jemand berichtet hat, kann ein Weg sein, solche Fragen zu beantworten. Nach Ansicht von Banyard und Hulme (2015) geht es um den Erwerb psychologischer Kompetenz (psychological literacy). Dazu gehört außer der Fähigkeit, effektiv mit persönlichen, sozialen und organisatorischen Problemen und Stresssituationen umzugehen, auch das Erklären können, warum Menschen etwas in dieser Weise sehen und warum sie sich so verhalten, wie sie es in einer bestimmten Situation tun.

Das menschliche Leben ist reich an Themen. Um sich nicht in der Fülle zu verlieren, ist eine Auswahl unumgänglich. Ausgewählt wurden dreißig Geschichten, in denen unterschiedliche Situationen und Geschehnisse geschildert werden. In einem sich anschließenden Kommentar wird dann das Erzählte psychologisch unter die Lupe genommen. Genau das ist mit „Psycho-Story“ gemeint: Es ist eine Geschichte, an die sich eine psychologische Kommentierung anschließt.

Diese Vorgehensweise ähnelt durchaus derjenigen in Kriminalgeschichten, in denen über eine verbrecherische Tat berichtet wird, die von fähigen Kriminalkommissaren und klugen Detektiven aufgeklärt wird. Es ist nicht allein das Norm abweichende Verhalten, das so spannend ist, sondern es sind auch die Schritte, die unternommen werden, bis die kriminelle Tat schließlich aufgeklärt ist und die Motive des Täters offen zu tage liegen.

Eine Psycho-Story ist ziemlich weit entfernt von einem Psycho-Thriller, weil deren Inhalte alltägliche Geschehnisse sind. Es geschieht darin nichts Unerhörtes, das einem den Atem verschlägt und in Erregung versetzt. Die Frage ist also, warum man sich überhaupt für Alltagsgeschichten interessieren sollte. Es sind mehrere Gründe:

- Alltägliche Geschichten machen den größten Teil des Lebens aus.
- Das Alltagsleben ist nicht gerade arm an Konflikten und Problemen, die vielleicht auch auf eine andere Weise gelöst werden können.
- Es sind Geschehnisse, die man durchaus selbst so oder in ähnlicher Weise erlebt haben könnte.

Die meisten Geschichten kreisen um den Alltag mit seinen Begebenheiten, Ärgernissen, Lästigkeiten und Verpflichtungen, aber auch Erfreulichkeiten. In einigen Geschichten wird auf Märchen und Mythen Bezug genommen, in denen Alltägliches in die Welt der Fantasie versetzt wurde. Katastrophen, die über die Menschen herein brechen, sind glücklicherweise keine alltäglichen Vorkommnisse, deren Bewältigung zielt jedoch darauf ab, das Alltagsleben wieder herzustellen.

Doch was ist überhaupt der Grund, Geschichten zu erzählen statt ein verständliches Sachbuch der üblichen Art zu verfassen? Informationen, die in Geschichten gekleidet und dadurch in einen Kontext eingebettet werden, können leichter verarbeitet und behalten werden. Sie kommen der Struktur des Langzeitgedächtnisses entgegen, das neben dem semantischen das episodische Gedächtnis umfasst. Das episodische Gedächtnis (story memory) enthält individuelle Erinnerungen, Erlebnisse und Geschichten. Eine Wissensvermittlung in Form des storytelling führt schnurstracks ins story memory (Blümelhuber, 2005).

Die ausgewählten Geschichten wurden sechs Themen zugeordnet, die in sechs Kapiteln auf das erste einleitende Kapitel folgen. Im zweiten Kapitel wird die Daseinsform des Menschen als Sozialwesen in den Blickpunkt gerückt. Der Mensch ist zwar sichtbar ein Einzelwesen, doch er könnte ohne seine Mitmenschen nicht überleben. Er ist mit ihnen emotional und instrumentell verbunden. Und er braucht die anderen, um seine sozialen Bedürfnisse nach Kontakt, Kommunikation und Zugehörigkeit zu befriedigen und Einfluss zu nehmen.

Im dritten Kapitel geht es um die Aufnahme und Verarbeitung von Informationen aus der Umwelt. Zentrale Fragen sind, wie der Mensch mit der Überfülle an Informationen aus der Umwelt umgeht, was er auswählt und wie er etwas deutet. Umwelten, die gefühlsmäßig negativ erlebt werden, werden aussortiert. Ein existentielles Bedürfnis des Menschen ist, in einer sicheren Welt zu leben, was die Frage aufwirft, was Umwelten kennzeichnet, in denen man sich unsicher fühlt. Neben dem Sehen gehört auch das Hören zu den Distanzsinnen, mit denen auch weiter Entferntes wahrgenommen werden kann. Der Mensch hat jedoch keine „Geisterohren“, er kann nur Schallwellen in einem bestimmten Frequenzbereich wahrnehmen. Aber er beherrscht die Sprache der Symbolik.

Die Geschichten im vierten Kapitel kreisen um den Wert und die Schutzwürdigkeit der natürlichen Umwelt. Um sie überhaupt wertschätzen zu können, muss man sie erst einmal erfahren haben. Auch wegen ihrer erholenden Wirkung ist die Natur wertvoll. Der Mensch nutzt die Ressourcen der Natur. Eine Übernutzung gefährdet die natürlichen Lebens-

grundlagen und ruft damit den Umweltschutz auf den Plan. Ein sparsamer Umgang mit den Erzeugnissen der Natur ist angesagt.

Im fünften Kapitel werden Orte, die den Menschen aus unterschiedlichen Gründen wichtig sind, in den Blickpunkt gerückt. Das Spektrum reicht von Lieblingsorten bis zu antiken Stätten. Was kennzeichnet einen Lieblingsort? Was für Nachteile hat das Home Office? Warum ist der Wald ein besonderer Ort, abgesehen davon, dass man sich im dunklen Wald verirren kann? Warum sind antike Stätten faszinierend?

Der Mensch ist nicht nur ein passives kontemplatives Wesen, das die Umwelt auf sich wirken lässt, sondern er ist höchst aktiv, indem er eine eigene Sicht auf die Welt entwickelt und sich eine Lebenswelt schafft, die sein Überleben und Wohlbefinden sichert. In den Geschichten im sechsten Kapitel geht es um den aktiven Menschen, der emotionale Bindungen an seine Umgebung entwickelt, der die Umwelt gestaltet und personalisiert und der nach dem Bestmöglichen strebt. Auch vom Lachen, einer besonderen Aktivität, über die schon Philosophen wie Kant nachgedacht haben, wird die Rede sein. Die gebaute Umwelt ist ein sichtbares Zeichen für Aktivität und Kreativität.

Der Mensch hat das Bestreben, seine Umwelt zu kontrollieren und Kontrollverluste möglichst zu vermeiden. Diesem Thema ist das siebte Kapitel gewidmet. Der Mensch kann technische Unfälle nicht mit absoluter Sicherheit ausschließen, er wird mit Naturkatastrophen konfrontiert, denen er ausgeliefert ist, weil er den gewaltigen Kräften nichts entgegen setzen kann, und er muss sein ganzes Wissen und Können einsetzen und Strategien entwickeln, um biologische Katastrophen wie Krankheit und Tod bringende Pandemien abzuwenden.

Mit den dreißig Geschichten, die psychologisch kommentiert werden, wird der Versuch unternommen, durch das storytelling psychologische Kompetenz (psychological literacy) zu vermitteln. Die Geschichten bauen nicht aufeinander auf. Sie können in beliebiger Reihenfolge gelesen werden.



2

Miteinander und gegeneinander

Auch wenn der Mensch sichtbar als ein Einzelwesen in Erscheinung tritt, ist er immer zugleich ein Sozialwesen, das mit anderen Menschen, den *Mitmenschen*, emotional, sozial und durch gemeinsame Aktivitäten verbunden ist. Allein die Zusammensetzung „Mit-Mensch“ drückt Verbundenheit aus. Der Mitmensch ist ein zur gleichen Zeit lebender Mensch, der einem nahe steht, der auch gar nicht präsent sein muss. Es reicht, wenn er in der Vorstellung da ist, wenn man sich an ihn erinnert oder wenn man mit ihm online kommuniziert. Der Mensch hört nicht auf, Sozialwesen zu sein, was Paul Watzlawick (2016) treffend formuliert hat: „Man kann nicht nicht kommunizieren“. Auch wenn er sich der Kommunikation verweigert, sendet er Signale an seine Mitmenschen aus und sei es die Botschaft, dass sie ihn in Ruhe lassen sollen.

Was im alltäglichen Leben geschieht und wie sich die Menschen verhalten, hat immer einen sozialen Bezug und zwar auch dann, wenn sie allein sind. Auch wenn sie nicht anwesend sind, beeinflussen andere Menschen das individuelle Erleben, Denken, Fühlen und Verhalten. Die frühen und späteren Bindungen an andere Menschen gehören wie die Gene, die epigenetischen Regulationsmechanismen und die vorgeburtlichen Einflüsse zu den Faktoren, die uns zu der Person machen, die wir sind (Roth, 2021).

In ihrem mehrbändigem Wörterbuch verweisen die Brüder Grimm unter dem Stichwort „Mitmenschen“ auf einen Ausspruch von Schiller: „meine Glückseligkeit kann ohne liebe meiner mitmenschen nicht bestehen“¹. Die

¹Jacob und Wilhelm Grimm, Deutsches Wörterbuch, Bd. 12, Sp. 2363.

Beziehungen zu den Mitmenschen sind sowohl unterschiedlich stark ausgeprägt als auch unterschiedlicher Art. Sie sind keinesfalls immer glückbringend. Sie sind instrumentell oder emotional, pro- oder antisozial, symmetrisch oder asymmetrisch. Man versteht oder missversteht den anderen. Man mag den anderen oder auch nicht.

Die Verschiedenartigkeit und zugleich die Enge der sozialen Beziehung zu den Menschen, die nebenan oder nahebei wohnen, haben Skjaeveland et al. (1996) anhand von vier Dimensionen beschrieben:

- gegenseitige Unterstützung,
- emotionale Verbundenheit,
- einander kennen bzw. zwischen bekannten und fremden Menschen unterscheiden können,
- Auseinandersetzungen, Ärger und Konflikte mit den anderen.

Ein *gegenseitiges Unterstützen* ist für alle Beteiligten von Vorteil. Es sind konkrete Hilfen sowie das Ausnutzen des „social facilitation“ – Effekts, der besagt, dass bereits die Anwesenheit anderer zu einer besseren Gesamtleistung führt. Es sind nutzbringende Beziehungen, von denen alle profitieren. *Emotionale Beziehungen* sind dagegen zweckfrei. Man tut etwas für einen anderen, weil man ihn liebt und mag. Soziale Beziehungen müssen nicht eng sein. Auch wenn sie nicht besonders eng sind, sind sie für das Zusammenleben von unschätzbare Bedeutung. *Weak social ties* sind schwach ausgeprägte Beziehungen, die sich darin ausdrücken, dass man zwischen Fremden und Personen, die man kennt, unterscheiden kann, und dass man sich grüßt und vielleicht auch ein paar Worte wechselt, wenn man sich begegnet. Soziale Beziehungen sind mitnichten immer „pro“ sozial. *Konflikte* sind kaum vermeidbar, wenn es um Begehrlichkeiten und die Aufteilung knapper Ressourcen geht oder wenn einem der als übergriffig empfundene Lebensstil der anderen missfällt oder man sich missversteht.

In den folgenden acht Geschichten geht es um Fragen wie:

- Woran liegt es, dass sich Menschen zu bestimmten anderen Menschen besonders hingezogen fühlen?
- Wie verständigen sich Menschen ohne Sprache?
- Wie wird das bei Kleinkindern besonders stark ausgeprägte Bedürfnis nach körperlicher Nähe und Geborgenheit befriedigt, wenn der Mensch, an den man sich anschmiegen möchte, nicht da ist?
- Soziale Vielfalt wird in unserer Gesellschaft positiv konnotiert. Wahrgenommene Vielfalt bedeutet das Erkennen von Unterschieden und Vergleichen. Wo ist hier das Problem?

- Das Wort „Gemeinschaft“ weckt positive Assoziationen. Doch was geschieht, wenn sich alle mit weniger begnügen müssen, als sie gern hätten, weil das verfügbare Gut nicht ausreicht, um alle zufrieden zu stellen?
- Was nützen die besten Argumente, wenn der andere sie nicht versteht? Wer setzt sich schließlich durch?
- Warum streben Menschen nach Macht?
- Warum ist Eitelkeit überhaupt ein *sozialpsychologisches* Thema? Eine Antwort vorweg ist: Ein eitler Mensch kommuniziert nicht nur mit sich selbst im Sinne von „Ich bin großartig“, sondern auch im Sinne von „Schaut, wie großartig ich bin“.

2.1 Gleich und gleich gesellt sich gern

Kunigunde wünscht sich den Prinzen, der auf Brautschau ist, zum Gemahl. Ihr ist bekannt, dass die von ihm Auserwählte einen Test zu bestehen hat: Ihr Fuß muss in einen Schuh passen, den der Prinz in einem schon etwas abgegriffenen Schuhkarton mit sich führt. Kunigunde ahnt, dass dieser Schuh relativ klein ist und dass sie mit großer Wahrscheinlichkeit mit ihrer Schuhgröße nicht hinein passen wird. Doch sie ist einfallreich und nicht so einfältig wie ihre Stiefschwester Aschenputtel, die sich klaglos gefallen lässt, dass man sie schlecht behandelt, seit ihr Vater nach dem Tod seiner ersten Frau eine Witwe geheiratet hat, deren Tochter Kunigunde ist. Sie macht Aschenputtel das Leben schwer, wo sie nur kann. Sie muss putzen, in der Küche arbeiten und dann auch noch in der Asche neben dem Herd schlafen. Kunigunde hat die Idee, sich mit einem kostbaren Hausschuh zu präsentieren, bei dem man nicht merkt, ob er zu klein ist. Der Hausschuh ist so kostbar und glitzernd, dass er den Prinzen sicherlich von der absurden Idee der Anprobe des von ihm mitgebrachten Schuhs abbringen wird. Diese luxuriösen mit Diamanten bestückten Hausschuhe hatte Kunigunde im Schaufenster eines zu einem 5-Sterne Hotel gehörenden Ladens gesehen. Sie hat keine Kosten gescheut, um diese teure Schuhkreation zu erwerben, die Luxus ausstrahlt und dann auch noch geeignet ist, Füße, die ein bisschen zu groß sind, kleiner erscheinen zu lassen, denn schließlich gilt es, den Prinzen zu beeindrucken (Abb. 2.1).

Doch anders als erwartet rief der mit Diamanten besetzte Absatz beim Prinzen kein Entzücken hervor. Eine Frau mit solchen Schuhen war nicht nach seinem Geschmack. Seine Wunschvorstellung ging in die andere Richtung, was Kunigunde nicht hat ahnen können. Er wünscht sich eine Lebensgefährtin, mit der er Bergtouren unternehmen kann, was festes



Abb. 2.1 Luxuriöser Schuh. (Eigenes Foto)

Schuhwerk erfordert. Seine künftige Frau muss auf jeden Fall gut zu Fuß sein. Der Schuh, den der Prinz aus dem schlichten Schuhkarton hervorzog, war ein Wanderschuh der Schuhgröße Sechsenddreißigeinhalb. Diejenige mit den dazu passenden Füßen, die in den strapazierfähigen Wanderschuh eine gute Figur machte, sollte die Auserkorene sein. Er schaute sich bei den jungen Frauen sehr aufmerksam die Füße mitsamt den Schuhen an. Mit einer Ausnahme waren alle Schuhe höchstens für einen Hofball, aber nicht zum Wandern geeignet. So war es gar nicht schwer, die Richtige zu finden. Die besonders derben Schuhe, die Aschenputtel an ihren Füßen hatte, sprangen ihm geradezu ins Auge. Er fragte sie, ob sie bereit wäre, den mitgebrachten Schuh anzuprobieren (Abb. 2.2). Er passte perfekt. Der Prinz freute sich sehr, denn die junge Frau gefiel ihm trotz ihrer groben Arbeitskleidung über die Maßen gut. Er wunderte sich zwar ein bißchen über den merkwürdigen Namen Aschenputtel, aber Namen sind ja etwas Äußerliches, was man wie ein Kleidungsstück leicht ablegen kann. Er fragte Aschenputtel, ob sie mit ihm eine Tour in die Berge machen würde. Dem stimmte sie mit Freuden zu. Kunigunde musste ihren Zorn unterdrücken, denn ein Einspruch gegen die Wünsche des Prinzen war undenkbar. Doch zu langen Wanderungen hätte sie sowieso keine Lust gehabt.

Dem Prinzen machte die Wanderung mit Aschenputtel viel Spaß, und auch Aschenputtel war hell begeistert. Der Prinz war überglücklich, eine Gleichgesinnte, die keinen Wert auf Glanz und Flitter legt, und eine richtig



Abb. 2.2 Der Prinz zieht Aschenputtel den Schuh an. (Aus der Briefmarkensammlung von R. Merckell)

fitte Gefährtin gefunden zu haben, die mit ihm auf seinen ausgedehnten Wanderungen Schritt halten kann, was den vielen Hoffräulein, die sich in Samt und Seide hüllen und luxuriöse Schuhe tragen, die keine Wanderung überstehen würden, bestimmt nicht gelingen würde. In Erinnerung an seine Urgroßmutter gab ihr der Prinz den Namen Aleida. Die beiden beschlossen, jetzt immer zusammen zu bleiben und ganz viel zu wandern.

Wenn sie nicht gerade am Wandern sind, wohnen sie in einem kleinen idyllischen Schloss, das, wenn man genauer hinsieht, schon recht auffällig ist. Doch, allein, was tuts! Die meiste Zeit sind Aleida und der Prinz ohnehin am Wandern. Steinige Wege bergauf und bergab bewältigen sie mühelos. Sie haben dafür das richtige Schuhzeug.

Zur Psychologie

Der Prinz lässt sich nicht blenden; er weiß genau, was er will, was es ihm ermöglicht gezielt vorzugehen, um die zu ihm passende Lebenspartnerin zu finden. Er erfindet einen Test, ohne je von diagnostischen Verfahren gehört zu haben, die in der Personalauswahl eingesetzt werden, um von den Bewerbern diejenigen ausfindig zu machen, deren Fähigkeiten und Fertigkeiten zu den Anforderungen und Tätigkeiten der zu besetzenden Stelle am besten passen. Mit standardisierten Verfahren werden dabei meistens die kognitive Leistungsfähigkeit, Ausdauer und Gewissenhaftigkeit erfasst (Felser, 2005).

Nicht nur Kunigunde, auch die Hoffräulein, die sich um Kunigunde scharen, hätten den Prinzen gern zum Gemahl gehabt. Doch er hat anderes im Sinn. Die künftige Lebenspartnerin soll ganz bestimmte Eigenschaften haben. Der handfeste Test, den er sich ausgedacht hat, befindet sich in einem kleinen Schuhkarton. Die darin enthaltenen ganz und gar nicht luxuriösen Wanderschuhe müssen der künftigen Gemahlin passen. Der Test wird durch das Verfahren der Arbeitsprobe vervollständigt, indem er mit Aschenputtel Wandern geht. Es sind lange Strecken bergauf und bergab. Man muss körperlich fit und ausdauernd sein.

Aschenputtel hat dem Prinzen bereits vor der Anprobe sehr gut gefallen. Hier stellt sich die Frage, woran es liegt, dass sich Menschen sympathisch finden oder nicht. Worauf kommt es an? Ein sehr wichtiger Faktor ist die wahrgenommene Ähnlichkeit, was in dem bekannten Spruch „Gleich und gleich gesellt sich gern“ ausgedrückt wird. Die wahrgenommene Ähnlichkeit kann sich dabei auf unterschiedliche Merkmale beziehen. Wichtig sind das Alter, der Lebensstil, die kulturelle Zugehörigkeit, das Bildungsniveau, Einstellungen und Interessen. Der Prinz und Aschenputtel haben ähnliche Einstellungen und Interessen. Beide sind jung, beide legen keinen Wert auf ein luxuriöses Outfit, beide wandern gern durch die freie Natur – auch wenn Aschenputtel bislang noch kaum Gelegenheit dazu gehabt hat. Sie haben ähnliche Vorlieben. Aus äußeren Merkmalen – in diesem Fall dem Schuhwerk – wird auf Einstellungen und Interessen geschlossen (Bierhoff, 2006).

Eine Erklärung, warum man Menschen, die ähnlich denken, lieber mag als solche, die anders denken, liefert die Lernpsychologie: Ähnlichkeit wirkt als positive Verstärkung, Unähnlichkeit als negative Verstärkung. Der Verstärkungseffekt beruht auf positiven Gefühlen, die durch die erlebte Übereinstimmung ausgelöst werden. Der Ähnlichkeits-Anziehungs-Effekt (similarity-attraction effect) besagt nichts anderes, als dass wir andere mögen, weil sie uns ähnlich sind (Karremans & Finkenauer, 2014).

Zahlreiche empirische Studien haben den similarity-attraction effect bestätigt. Er wird zusätzlich dadurch bekräftigt, dass das Entdecken von Ähnlichkeit bewirkt, dass man noch weitere Ähnlichkeiten feststellt (Selfhout et al., 2009). Nachweise, dass sich Menschen, die sich überhaupt nicht ähneln, besonders mögen, dem Sprichwort „Gegensätze zieh'n sich an“ entsprechend, sind dagegen selten. Eine Ausnahme ist, dass die meisten Frauen Männer mögen und die meisten Männer Frauen (Karremans & Finkenauer, 2014).

Neben der wahrgenommenen Ähnlichkeit sind weitere wichtige Faktoren, von denen es abhängt, inwieweit man sich sympathisch findet, räumliche Nähe und Vertrautheit. „Es ist schlicht schwieriger, Menschen zu treffen

und kennen zu lernen, die nicht nebeneinander wohnen, in einem anderen Beruf arbeiten, auf eine andere Schule gehen oder mit ganz anderen Aktivitäten beschäftigt sind. Menschen neigen dazu, Freundschaften zu Menschen zu entwickeln, die sie häufig sehen, die im selben Büro arbeiten, in demselben Häuserblock wohnen oder jeden Tag mit demselben Zug fahren. Umgekehrt ist es schwierig und aufwendig, Beziehungen aufrechtzuerhalten, wenn die räumliche Entfernung groß ist. „Wenn Menschen physisch nahe beieinander sind, ermöglicht ihnen dies, häufiger zu interagieren. Infolgedessen gibt es viele Gründe, warum räumliche Nähe die Entwicklung enger Beziehungen erleichtert. Häufigere Interaktionen machen es Menschen möglich, sich gegenseitig besser kennen zu lernen“ (Karremans & Finkenauer, 2014, S. 418).

Bei dem Prinzen und Aschenputtel ist es, abgesehen davon dass sie beide jung sind, die Ähnlichkeit ihrer Einstellungen und Interessen, die sie zusammen führt. Bei ihren ausgedehnten Wanderungen sind sie sich räumlich nah und werden miteinander vertraut. Sie werden sich immer sympathischer.

2.2 Die versteckte Dimension

Sie haben schon als Kleinkinder miteinander gespielt. Als Jugendliche sind Alice und Ellen immer noch eng befreundet, obwohl sie inzwischen unterschiedliche Schulen besuchen. Wenn sie sich treffen, ist das jedes Mal eine große Freude. Zugleich ist es die Gelegenheit, über alles, was sich zwischenzeitlich getan hat, zu berichten. Bisher haben sie sich immer erst einmal umarmt und geherzt, bevor sie sich an ihrem Stammtisch im Café an der Ecke, von dem aus man einen Ausblick auf den großen belebten Platz hat, nieder gelassen haben. Doch dann ist plötzlich alles anders. Ein hochinfektiöses Virus hat eine Pandemie ausgelöst, auf die vonseiten der Regierung mit einer Flut von Vorschriften reagiert wurde. Um die Ansteckungsgefahr zu verringern, müssen jetzt bestimmte Mindestabstände zu den anderen Menschen eingehalten werden. Das übliche Begrüßungsritual kommt jetzt nicht mehr infrage. Näher als 1,50 m darf man nicht zusammen rücken. Auch die Atmosphäre im Café hat sich verändert. Die Hälfte des Mobiliars musste entfernt werden, und nur halb so viele Besucher dürfen rein kommen. Das viel besuchte Café wirkt leer und ein bisschen trostlos. Es fehlt die gewohnte geschäftige quirlige anregungsreiche Atmosphäre.

Sie treffen sich nach wie vor und immer noch so oft es geht. Doch nach einiger Zeit spüren sie, dass sich ihre Beziehung verändert; sie wird unpersönlicher. Die Treffen werden seltener. Ellen findet, dass man nicht vorsichtig genug sein kann und alle nicht unbedingt erforderlichen Begegnungen meiden sollte, damit mögliche Ansteckungen vermieden werden und sich die Pandemie nicht immer weiter ausbreitet. Sie findet, dass man in dieser Situation besser häufiger telefoniert oder Mails schickt als sich wie bisher ins Cafe zu setzen. Alice bleibt nichts anderes übrig, als den Vorschlag zu akzeptieren, obwohl sie diese strikte Haltung ablehnt und es lieber so wie bisher gemacht hätte. Das Gefühl, dass man sich fremd wird, verstärkt sich von mal zu mal. Sie treffen sich immer seltener, die Gespräche werden unpersönlicher. Die emotionale Verbundenheit, die für beide ein Glück war, beginnt sich zu verflüchtigen.

Zur Psychologie

Die Sympathie, die sie füreinander empfinden, drückt sich in ihren Worten und Gesten und auch in dem räumlichen Abstand zueinander aus. Die beiden Freundinnen umarmen sich, wenn sie sich begrüßen, und sie sitzen eng zusammen, wenn sie einander berichten, was sich zwischenzeitlich ereignet hat. Die Enge ihrer Beziehung manifestiert sich nicht nur in ihren Worten sondern auch in ihrem räumlichen Verhalten. Genau das ist mit *der versteckten Dimension* gemeint: Der Abstand, den Personen zueinander anstreben, ist ein Kommunikationsmittel, mit dem etwas über das Vertraut sein miteinander und die Enge einer sozialen Beziehung ausgesagt wird (Hall, 1966).

Wenn die Freundinnen bei einem ihrer Treffen feststellen, dass sie in einem wichtigen Punkt unterschiedlicher Meinung sind, dämpft das ihre Freundschaft, denn wahrgenommene Ähnlichkeit, darunter auch ähnliche Einstellungen, sind ein wichtiger Sympathie-Faktor (Abschn. 2.1). Ihre bislang enge Beziehung wird einem Härtestest unterworfen, wenn die eine die Vorschriften, mit denen die persönliche Freiheit begrenzt wird, für richtig hält, während die andere diese verordneten Einschränkungen ablehnt. Sie wird noch weiter dadurch beeinträchtigt, dass sie sich räumlich nicht so nahe kommen dürfen, wie sie es eigentlich wollen. Mit anderen Worten: Das Abstandsverhalten als Kommunikationsmittel, mit dem sie einander versichern, dass sie sich gern haben, wird außer Kraft gesetzt.

Sofern es nicht äußere Zwänge sind, weil der verfügbare Raum, gemessen an der Zahl der anwesenden Personen, zu klein ist, werden fremde Menschen einander nicht so nahe kommen wie es eng Befreundete tun. Das Abstandsverhalten hat biologische Wurzeln, was man erkennt, wenn man Tiere beobachtet (Bell et al., 2001; Gifford, 2007). Zum Beispiel halten