

Die Farbe Rot: Motivationale Grundlagen menschlichen Partnerverhaltens

Dr. Daniela Niesta Kayser

University of Rochester

In vielen nicht-menschlichen Primaten erhöht die Farbe Rot die Attraktivität potentieller Partner. Eine Serie von Studien belegt, dass es dafür eine evolutionspsychologische Parallele bei Menschen gibt. Rot, verglichen mit anderen achromatischen und chromatischen Farben, führt zu einem motivational appetitiven Signal sowohl für Männer als auch für Frauen. In allen Experimenten zeigte sich, dass sich die Probanden der Wirkung, die die Farbe Rot auf sie ausübte, nicht bewusst waren.

In einer ersten Reihe von Experimenten bewerteten männliche Probanden Frauen als attraktiver und sexuell begehrenswerter, wenn die Frauen auf einem roten Hintergrund abgebildet oder in rot gekleidet waren. Dieser Rot-Effekt beeinflusste jedoch weder die weibliche Einschätzung zur Attraktivität von Frauen noch wurden die in rot abgebildeten Frauen als sympathischer, netter oder intelligenter wahrgenommen. Der motivationale Effekt der Farbe Rot auf tatsächliches Verhalten von Männern wurde in einer zweiten Reihe von Experimenten untersucht. Wurde eine potentielle Partnerin in Rot abgebildet, entschieden sich männliche Probanden, intimere Fragen zu stellen und näher bei der Frau zu sitzen. Eine dritte und interkulturelle Serie von Experimenten dokumentiert, dass der Rot-Effekt eine vergleichbare appetitive Motivation Frauen bewirkt, ein Zusammenhang, der über den höheren Status der potentiellen männlichen Partner vermittelt wird. Gegenwärtig untersuchen wir die neuralen Zusammenhänge zu Rot, Attraktivität und appetitiver Motivation.

Die vorgestellten Befunde diskutieren die Bedeutung der Farbe Rot, die nicht nur ästhetischen Wert besitzt, sondern Einfluss auf psychologische Mechanismen in subtiler und provokanter Weise ausübt.