

# Should you put some red on?

## Macht die Farbe Rot Männer attraktiver?

Alla Bilenka, Charlotte Victoria Nagel und Eden Kosman



### Einleitung

- Frauen verwenden die Farbe Rot (z.B. Lippenstift und Kleidung) um ihre Attraktivität zu steigern.
  - ⇒ Evolutionspsychologische Theorien stützen diese Idee (Aronson, Wilson, & Akert, 2008).
- Funktioniert das auch bei Männern?
  - ⇒ Rot könnte Dominanz, Macht und Stärke symbolisieren, aber auch überlegene Autorität, Gesundheit und zur Demonstration eines hohen Status (Elliot et al., 2010).

Unsere Studie:

- Manipulation der Einstellung von Versuchspersonen (VPn) hinsichtlich Wichtigkeit bzw. Unwichtigkeit von Dominanz und Selbstsicherheit eines potentiellen Partners
- Sechs verschiedene Bilder von Männern werden präsentiert: In der ersten Bedingung vor rotem Hintergrund, in der zweiten vor weißem Hintergrund.
- Wir vermuten, dass Frauen, die einen Text über die Wichtigkeit von Dominanz und Selbstsicherheit schreiben, die Männer in der roten Bedingung attraktiver bewerten, als VPn in der weißen Bedingung.

### Unsere Hypothese:

Frauen bewerten Männer vor einem roten Hintergrund attraktiver als vor einem weißen Hintergrund, wenn diese Frauen vorher mit der Wichtigkeit von Dominanz und Selbstsicherheit eines potentiellen Partners geprimed wurden.

### Methoden

#### Stichprobe (SP):

- 391 Online-Teilnehmerinnen (46,5 % Psychologie-Studierende; Alter: Md=23, 18-52 Jahre)
- Rekrutierung: Facebook, Email

#### Design:

- 2x2 experimentelles between-subject Design
- AV: Bewertung der Attraktivität

		UV1: Dominanz und Selbstsicherheit	
		Wichtig	Unwichtig
UV2: Farbe	Rot		
	Weiß		

#### Materialien und Ablauf:

##### UV1: Verfassung einer kurzen Stellungnahme.

“Warum könnte Dominanz und Selbstsicherheit Menschen **wichtig** sein?”

oder

“Warum könnte Dominanz und Selbstsicherheit Menschen **unwichtig** sein?”

##### UV 2: Der VP werden verschiedene Fotos von Männern gezeigt.



#### Bewertung (AV):

Item 1: “Sexuelle Beziehung”

Item 2: “Romantische Beziehung”

Item 3: “Lebenspartner”

Item 4: “Attraktivität”

Item 5: “Dominanz”

Item 6: “Selbstsicherheit”

- Erfasst über Likert-Response-Format.
- 7 Skalenpunkte, hoch reliabel: Cronbachs Alpha = .910

#### Manipulation-Check (MC): 2 Items (Dominanz und Selbstsicherheit)

“Wie wichtig ist Ihnen persönlich **Dominanz** bei einem potentiellen Partner?”

“Wie wichtig ist Ihnen persönlich **Selbstsicherheit** bei einem potentiellen Partner?”

- Erfasst über Likert-Response-Format.
- 7 Skalenpunkte
- Diese zwei Items wurden für den MC gemittelt.

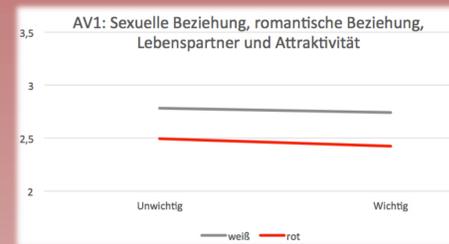
### Ergebnis



**Keine signifikanten Werte:** Es gibt keinen Unterschied zwischen den Bedingungen.  
⇒ Manipulation fehlgeschlagen?

#### Die explorative Faktorenanalyse schlug zwei oblique Faktoren vor:

AV 1: Sexuelle Beziehung, romantische Beziehung, Lebenspartner und Attraktivität  
AV 2: Dominanz und Selbstsicherheit



**Haupteffekt der Farbe (bei AV1 und AV2):** VPn in der weißen Bedingung bewerten die Attraktivität der Männer generell höher als die VPn in der roten Bedingung.  
⇒ Gegenläufiger Effekt zur Hypothese



**Haupteffekt Dominanz und Selbstsicherheit**  
 $F(1, 387)=.34, p=.563, \eta^2=.001$

**Haupteffekt Farbe**  
 $F(1, 387)=.65, p=.420, \eta^2=.002$

**Interaktion Dominanz und Selbstsicherheit \* Farbe**  
 $F(1, 387)=.88, p=.348, \eta^2=.002$

**Haupteffekt Dominanz und Selbstsicherheit**  
 $F(1, 387)=.37, p=.544, \eta^2<.001$

**Haupteffekt Farbe**  
 $F(1, 387)=10.96, p=.001, \eta^2=.028$

**Interaktion Dominanz und Selbstsicherheit \* Farbe**  
 $F(1, 387)=.03, p=.874, \eta^2<.001$

**Haupteffekt Dominanz und Selbstsicherheit**  
 $F(1, 387)=.22, p=.638, \eta^2=.001$

**Haupteffekt Farbe**  
 $F(1, 387)=9.41, p=.002, \eta^2=.024$

**Interaktion Dominanz und Selbstsicherheit \* Farbe**  
 $F(1, 387)=.04, p=.839, \eta^2<.001$

#### Ideen für zukünftige Forschung:

Dadurch, dass unsere Hypothese nicht belegt wurde, ist die Überlegung zulässig, dass unsere konzipierte Präsentation von bloßen Gesichtern nicht optimal war. Auf Grundlage der Forschung von Mandal (2014) vermuten wir, dass Videos, in denen Körperhaltung und Gestik der Person zu sehen sind, mehr Aufschluss über Dominanz und Selbstsicherheit gegeben hätten, als ein Foto des Gesichts. Somit wäre ein differenzierteres Urteil der zu bewertenden Personen möglich.

#### Implikationen:

Da nur ein Haupteffekt der Farbe auftrat (weiß=attraktiver), der gegensätzlich zu unserer Hypothese ist, wäre es denkbar, dass der “Rot-Effekt” bei Männern nicht existiert. Diese Annahme stützt die Forschung von Hessleringer, Goldbach und Carbon (2015), die keinen signifikanten Effekt der Farbe Rot belegen konnte.

Schlussendlich laden unsere Ergebnisse zu weiterer Forschung am Thema Attraktivität von Männern im Zusammenhang mit der Farbe Rot und (Un-)Wichtigkeit von Dominanz und Selbstsicherheit ein.

#### Literatur:

- Aronson, E., Wilson, T., & Akert, R. (2008). *Sozialpsychologie*. München: Pearson Studium.
- Elliot, A. J., Greitemeyer, T., Gramzow, R. H., Niesta Kayser, D. N., Lichtenfeld, S., Maier, M. A., & Liu, H. (2010). Red, rank, and romance in women viewing men. *Journal of Experimental Psychology: General*, 139, 399-417.
- Mandal, F. B. (2014). Nonverbal Communication in Humans. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 417-421.
- Hessleringer, V. M., Goldbach, L., & Carbon, C. C. (2015). Men in red: A reexamination of the red-attractiveness effect. The role of self-worth and the own attractiveness perception. *Psychonomic Bulletin & Review*, 22:1142-1148. doi:10.3758/s13423-015-0866-8.

### Diskussion

**Hypothese nicht bestätigt:** Männer vor rotem Hintergrund werden nicht attraktiver bewertet, wenn die VPn mit Wichtigkeit von Dominanz und Selbstsicherheit geprimed wurden.

- Befunde zeigten: Frauen bewerteten Männer vor weißem Hintergrund signifikant attraktiver als Männer vor rotem Hintergrund.

- Es lässt sich Folgendes auf Grundlage der erhobenen Daten festhalten:

#### ➤ Manipulation-Check zeigt keine signifikanten Ergebnisse der Manipulation von (Un-)Wichtigkeit bzgl. Dominanz und Selbstsicherheit.

- Manipulation hat evtl. geklappt: Erst nach Bewertung der 6 Bilder kam der MC. ⇒ Dauer bis zum MC zu lang  
Wäre die Manipulation bis zur Abfrage der Einstellung nicht “verblasst” (durch Abfrage zu einem früheren Zeitpunkt), hätte die manipulierte Einstellung noch vorhanden sein können.
- Manipulation evtl. nicht effektiv genug: Das “Reindenken” in die Ansichten Anderer reicht nicht aus, um diese Einstellungen zu übernehmen. Wäre es möglich, Einstellungen bzgl. (Un-)Wichtigkeit konkreter zu primen (bspw. durch höhere persönliche Relevanz), könnte die Manipulation effektiver ausfallen, wodurch die Ergebnisse unsere Hypothese ggf. belegen würden.

#### ➤ Bei der univariaten ANOVA (mit AV1 und AV2) zeigt sich ein deutlicher Haupteffekt der Farbe, der gegensätzlich zu unserer Hypothese ist.

- Der rote Hintergrund löst ggf. andere Assoziationen (z.B. Gefahr oder Bedrohung) aus, als vermutet. Denkbar wäre, dass unsere SP nicht repräsentativ für die allgemeinen Assoziationen mit der Farbe Rot ist. Möglicherweise verbinden Frauen mit der Farbe etwas anderes als Männer. Zur Verbesserung der Methodik schlagen wir vor, eine Pilotstudie durchzuführen, in der die Assoziationen mit der Farbe Rot der gewünschten SP erfasst würden.
- Nur der Hintergrund der roten Bilder wurde bearbeitet. Die Möglichkeit besteht, dass die roten Fotos im Gegensatz zu den weißen künstlich aussahen und die VPn diese deswegen weniger attraktiv bewerteten. Dies wäre auf den gegenläufigen Effekt zu unserer Hypothese zurückzuführen. Wenn die Bearbeitung der roten Bilder hochwertiger gewesen wäre, könnte sich unsere Hypothese möglicherweise doch bestätigen.