

15 Orange, Rot und Lila

15.1 Ich und die Anderen

Mein Leben ist an meinen Körper gebunden und unzertrennlich von diesem. Das Gleiche gilt für meine Gefühle, Emotionen, Träume und Gedanken. Ich kann mich zwar „in jemanden hineinversetzen“, aber ich bleibe trotzdem im eigenen Ich, das in meinem Körper ist. Insofern bilde ich auch das Zentrum meines Lebens, körperlich wie auch geistig. Mein ganzes Denken geht von mir als Zentrum aus. Und ich stelle mir vor, dass alle Mitmenschen das Gleiche wie ich denken und fühlen.

Es gibt vier Bilder von jedem Individuum (Abbildung 15.1): Das erste Bild beschreibt unser innerstes Inneres, wo unser Grundcharakter und alle Grundgefühle gespeichert sind (Kern-Ich). Dieses Bild entsteht in den ersten Jahren unseres Lebens und bleibt übers gesamte Leben so bestehen. An dieses Bild heranzukommen, ist schwierig, weil es im Unterbewusstsein angesiedelt ist. Ein Versuch, hier Zugang zu finden, wird in diesem Kapitel beschrieben.

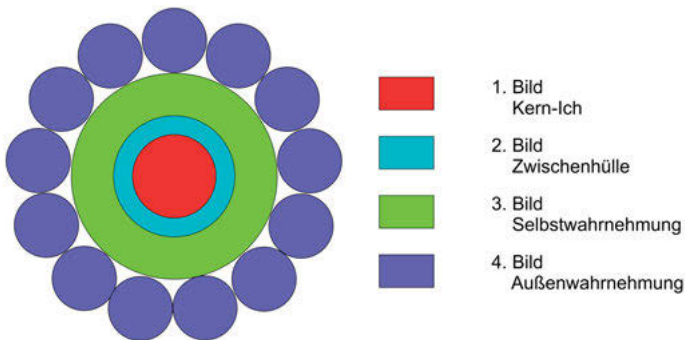


Abb. 15.1: Unsere Einstellung zu uns und zu den anderen und die Einstellungen der anderen zu uns lässt sich grafisch darstellen. In unserem Inneren besteht das 1. Bild als Kern-Ich, darum befindet sich das 2. Bild als Zwischenhülle. Um beide Bilder liegt das 3. Bild unserer Selbstwahrnehmung, mit dem wir uns auch nach außen präsentieren. Wie wir von den Mitmenschen gesehen und beurteilt werden, zeigt das 4. Bild der Außenwahrnehmung.

Das zweite Bild ist eine Zwischenhülle, die das erste Bild umhüllt. Im ersten Bild sind Charaktereigenschaften gespeichert, die ein Leben lang bestehen bleiben. Und das zweite Bild, also die Zwischenhülle, bietet Möglichkeiten der Korrektur und Anpassung des ersten Bildes. Ist jemand „im Grunde seines Herzens“, also im ersten Bild, jähzornig, kratzbürstig, aggressiv oder eifersüchtig, lassen sich diese Eigenschaften durch Therapie und Coaching eindämmen. Auf diese Weise lässt sich das erste Bild mehr oder weniger „übertünchen“.

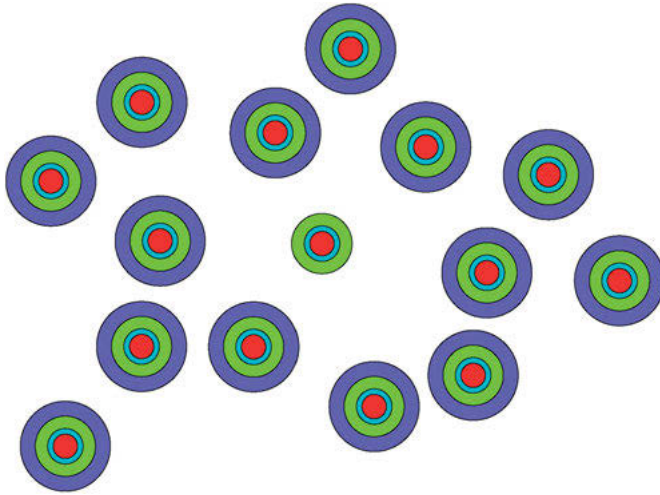


Abb. 15.2: Jedermann besitzt diese Bilder: Kern-Ich, Zwischenhülle und Selbstwahrnehmung. Hinzu kommt die Wahrnehmung, die wir von unseren Mitmenschen haben. Umgekehrt nehmen auch unsere Mitmenschen uns wahr. Diese Wahrnehmung muss aber nicht immer gleich sein.

Die Vorstellungen und Eindrücke, die in diesem Kommunikationsgeflecht eine Rolle spielen, basieren auf den Einschätzungen eines jeden Menschen. Sie können möglicherweise auch auf Täuschungen beruhen, womit Klischees oder Bilder aufgebaut werden sollen.

15.2 Und wie bin ich?

An diese Bilder – Kern-Ich, Selbstwahrnehmung und Außenwahrnehmung – einer Person heranzukommen, ist nicht einfach. Das liegt auch daran, dass meistens Vorstellungen von der eigenen Person relativ diffus sein können.

Um den Inhalt dieser Abstraktion in Bildern zu erfassen, wurde in einer Testserie der Umweg über Farben gewählt. Dadurch ist ein direkter Zusammenhang für die Testperson nicht erkennbar, auch sind keine Assoziationen möglich. Zum anderen wurden nur Farben aus einem Farbbereich gewählt, um Voreingenommenheit, Stereotypen und angebliche Erfahrungen auszuschließen. Würden beispielsweise Farben in einem Farbkreis angeboten, so würde die Mehrheit der Testperson beim Begriff „natürlich“ das Grün, beim Begriff „kühl“ das Blau, beim Begriff „erotisch“ das Rot, oder beim Begriff „sonnig“ das Gelb wählen (Abbildung 15.3). Werden der Testperson Farben aus nur einem Farbbereich angeboten, so muss sie sich für eine Farbe entscheiden, obwohl sie nicht auf – auch angebliche – Assoziationen und Verknüpfungen über Farben und deren angebliche Eigenschaften zurückgreifen kann. In diesem Versuch wurden den Testpersonen nur Rottöne vorgelegt, und sie waren daher gezwungen, sich für einen Rotton zu entscheiden.

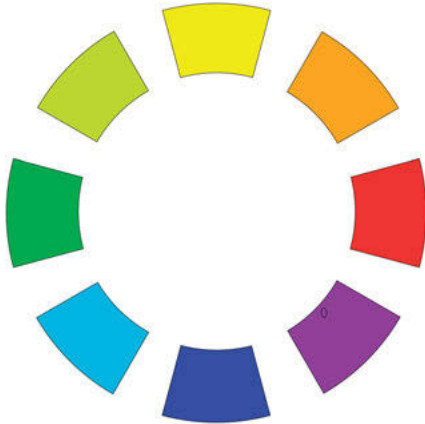


Abb. 15.3: Würde man in einem Test einen Farbkreis anbieten, wäre keine Differenzierung bezüglich einzelner Farbbereiche möglich.

Um Unsicherheiten oder auch Fehler bei den Zuordnungen auszuschließen, wurden 14 Rottöne ausgewählt. Zunächst wurden sechs intensive Rottöne von Orangerot bis Purpurrot definiert (Farben Nr. A–F). Die beiden äußeren und die mittlere Rotfarben ergaben aufgehellt die Hellfarben (Farben Nr. G–I), abgedunkelt die Dunkelfarben (Farben Nr. J–L). Zusätzlich wurden noch die zwei nicht-bunten Farben Grau und Braun definiert (Farben Nr. M und N). Der Test war ergebnisoffen; die Auswertung erfolgte auf der Grundlage von etwa 150000 Daten (Abbildung 15.4).

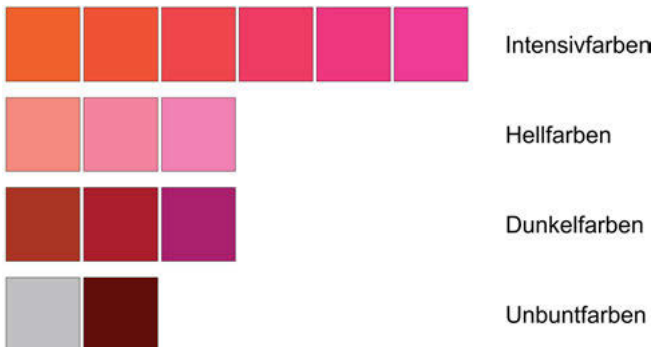


Abb. 15.4: Aus dem Rotbereich wurden sechs intensive, drei aufgehellte, drei abgedunkelte sowie Grau und Braun gewählt.

Der Test lief nach dem folgendem Schema ab:

- Es musste für jeden der 142 Eigenschaftsbegriffe (Adjektive) eine Farbe gewählt werden, die nach Ansicht der Testperson diese Eigenschaft am besten charakterisiert.



Abb. 15.5: Diese Farbentafel lag den Testpersonen vor. Die Farben waren mit Buchstaben gekennzeichnet.

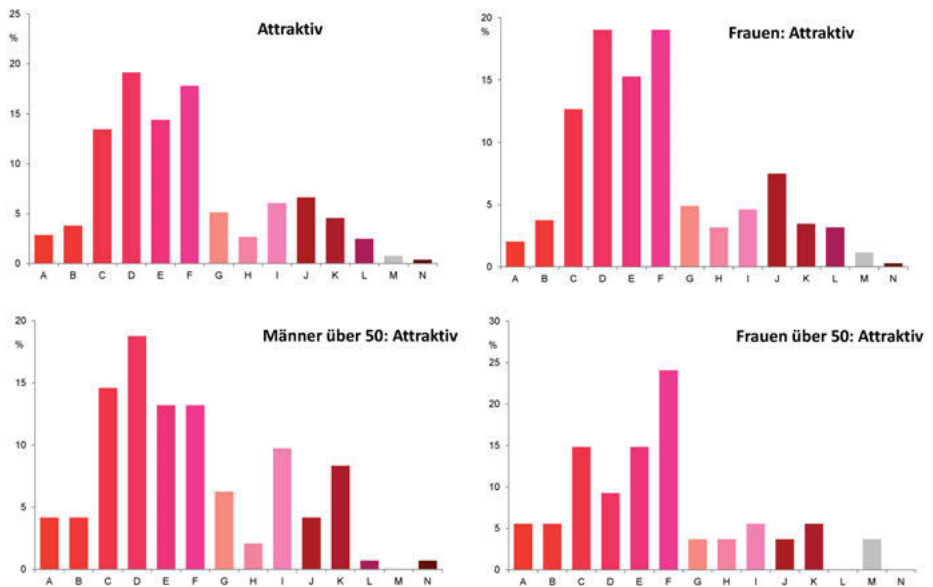


Abb. 15.6: Als attraktiv wird besonders der Farbbereich vom Kirschrot bis zum Pinkrot sowie auch deren pastellfarbene Varianten angesehen. Frauen zeigen eine ähnliche Farbwahl, während Männer über 50 eher das Kirschrot (D) und Frauen über 50 das Pinkrot (F) als attraktiv wählen.

wird die Wahl derer dargestellt, die Orangerot oder die entsprechende Pastellfarbe als Lippenstift gewählt haben, unten jeweils die Farbwahl derjenigen, die sich für Pinkrot oder Pastellpink sowie für eine der drei Pastellfarben als Lippenstiftfarbe entschieden haben (Abbildungen 15.12, 15.13, 15.14, 15.15).

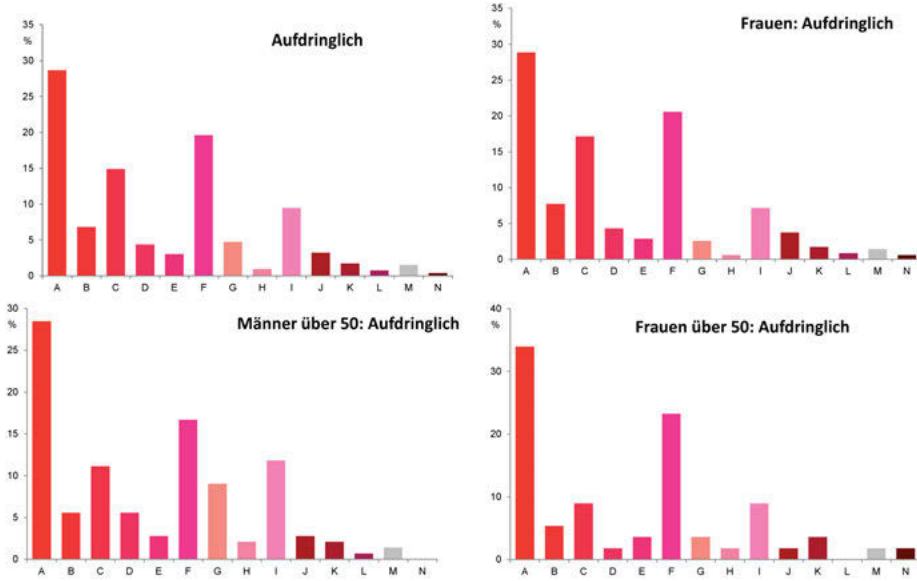


Abb. 15.7: Als aufdringlich werden Orangerot (A), Pinkrot (F) und mit Abstand Pastellpink (I) gesehen, auch bei Männer und Frauen über 50.

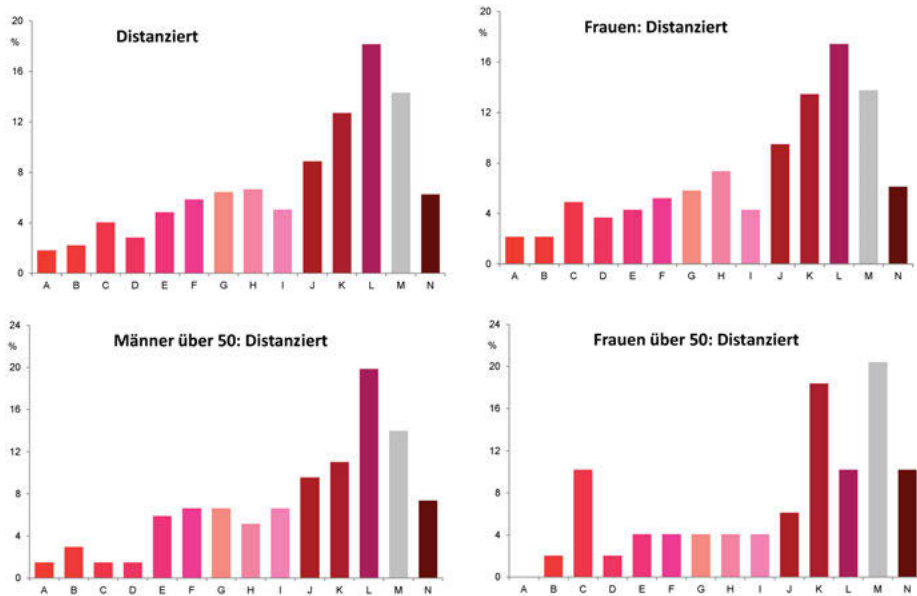


Abb. 15.8: Eindeutig im dunkleren Bereich liegen die Wahlen für die Eigenschaft distanziert.

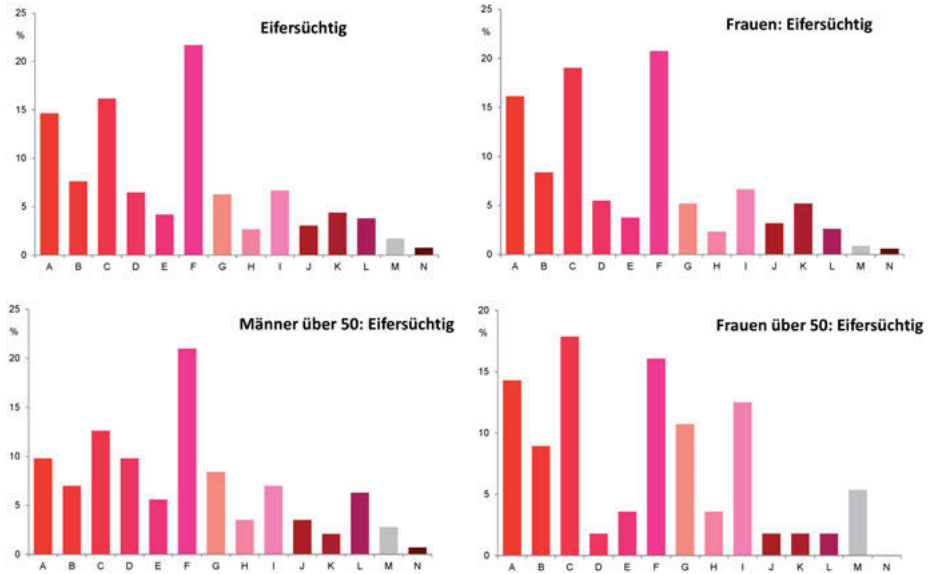


Abb. 15.9: Stark eifersüchtig machen die Farben Orangerot (A), Mittelrot (C) und Pinkrot (F). Erst im Alter treten bei Frauen über 50 auch die Pastellfarben nach vorne.

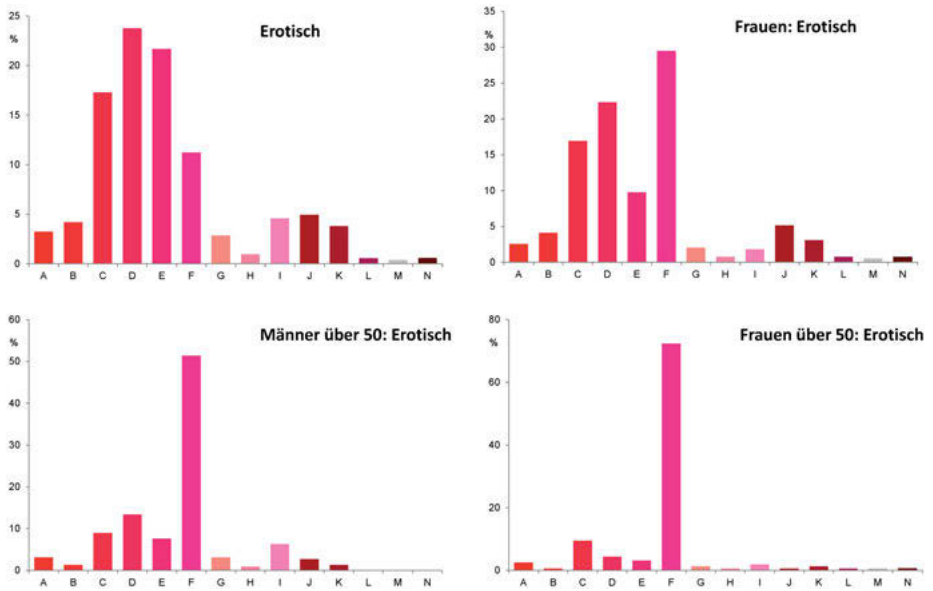


Abb. 15.10: Welche Farbe wirkt erotisch? Bei der allgemeinen Wahl liegt Kirschrot (D), gefolgt von seinen Nachbarfarben (C,E) vorne. Frauen bevorzugen eher Pinkrot. Bei der Personengruppe über 50 steht eindeutig Pinkrot (F) als erotische Farbe.

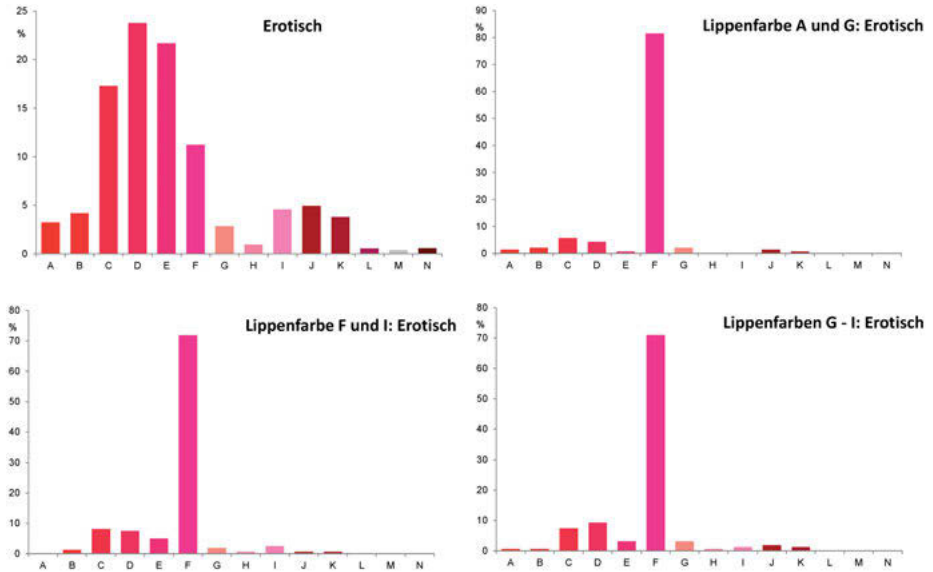


Abb. 15.13: Im allgemeinen werden verschiedene Rottöne als erotisch empfunden. Wer eine der hier vorgestellten Lippenstiftfarbe wählt, sieht insbesondere Pinkrot (F) als erotisch an.

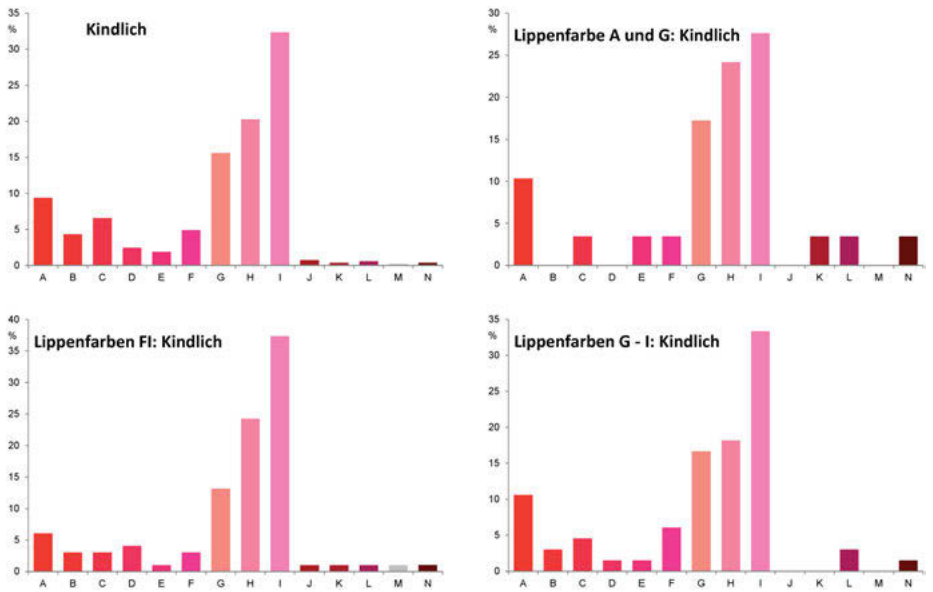


Abb. 15.14: Auch diejenigen, die eine Pastellfarbe (G, H, I) als Lippenstiftfarbe gewählt hat, stufen diese als kindlich in ihrer Wirkung ein.

Männer					
Aufdringlich	Freudig	Feurig	Liebend	Romantisch	Extravagant
Laut	Sommerlich	Heiß	Warm	Charmant	Aufregend
Aggressiv	Lustig	Freudig	Erotisch	Leidenschaftlich	Modisch
Giftig	Jugendlich	Aktiv	Leidenschaftlich	Leidenschaftlich	Erotisch
Hektisch	Hektisch	Lebendig	Glücklich	Warm	Verführerisch
Sommerlich	Hektisch	Wütend	Sexy	Stolz	Leidenschaftlich
Neidisch	Vergnüglich	Dynamisch	Attraktiv	Harmonisch	Leidenschaftlich
Billig	Optimistisch	Aufregend	Liebevoll	Vollkommen	Eifersüchtig
Gefährlich	Gesellig	Aufregend	Verliebt	Gesellig	Sexy
Gefährlich	Aktiv	Verliebt	Vollkommen	Attraktiv	Phantasievoll
Weich	Leicht	Kindlich	Herbstlich	Schwer	Unsicher
Zart	Zart	Verspielt	Schwer	Ruhig	Zurückgezogen
Empfindlich	Empfindlich	Süß	Gemütlich	Teuer	Distanziert
Frühlingshaft	Frühlingshaft	Zart	Männlich	Hart	Einsam
Leicht	Leicht	Frühlingshaft	Zuverlässig	Vollkommen	Kühl
Natürlich	Natürlich	Naiv	Harmonisch	Luxuriös	Unglücklich
Sanft	Sanft	Unnatürlich	Teuer	Traurig	Altmodisch
Kindlich	Kindlich	Träumerisch	Warm	Elegant	Geizig
Sommerlich	Sommerlich	Weiblich	Sicher	Herbstlich	Still
Sauber	Sauber	Lieblich	Ruhig	Treu	Langweilig

Abb. 15.16: Die gewählten Eigenschaften einer Farbe sind in absteigender Reihenfolge zusammengestellt. Hier die Wahl der Männer.

Frauen					
Laut	Hektisch	Heiß	Liebevoll	Charmant	Erotisch
Aggressiv	Freudig	Feurig	Vollkommen	Vollkommen	Verführerisch
Aufdringlich	Lustig	Freudig	Liebend	Attraktiv	Originell
Neidisch	Sommerlich	Lebendig	Warm	Stolz	Aufregend
Giftig	Angeberisch	Aufregend	Erotisch	Elegant	Extravagant
Billig	Angeberisch	Aktiv	Feurig	Sicher	Sexy
Hektisch	Jugendlich	Leidenschaftlich	Glücklich	Leidenschaftlich	Modisch
Bedrohlich	Lebendig	Begierig	Verführerisch	Gesellig	Eitel
Unnatürlich	Optimistisch	Mutig	Sexy	Liebend	Begierig
Sommerlich	Aktiv	Vergnüglich	Gut	Klug	Fortschrittlich
Weich	Zart	Kindlich	Herbstlich	Schwer	Still
Leicht	Leicht	Verspielt	Schwer	Herbstlich	Unsicher
Frühlingshaft	Frühlingshaft	Süß	Männlich	Winterlich	Zurückgezogen
Empfindlich	Empfindlich	Naiv	Zuverlässig	Schmollend	Altmodisch
Natürlich	Natürlich	Lieblich	Gemütlich	Hart	Bieder
Zart	Zart	Frühlingshaft	Warm	Luxuriös	Bescheiden
Unschuldig	Unschuldig	Zart	Treu	Teuer	Distanziert
Sanft	Sanft	Träumerisch	Hart	Distanziert	Einsam
Sauber	Sauber	Unnatürlich	Vollkommen	Mittelmäßig	Langweilig
Leise	Leise	Jugendlich	Klug	Ruhig	Alt

Abb. 15.17: Frauen wählen ähnlich wie Männer, wobei die Reihenfolge nicht die gleiche ist.

es für seine Darstellung nach außen (also das dritte Bild) für optimal hält (Abbildung 15.19).

Anzumerken ist noch, dass viele weibliche Testpersonen vor dem Test behaupteten, ganz unterschiedliche Lippenstiftfarben zu besitzen. Die Auswertung aller Tests hat aber gezeigt, dass keine weibliche Testperson gegensätzliche Lippenstiftfarben hatte, d. h. nicht einen orange- und einen pinkroten Lippenstift. Eher hatten sie Helligkeitsabstufungen aus einem Farbbereich wie Orangerot oder Pinkrot. Diese Erkenntnis ist insofern interessant, weil sie die Selbstwahrnehmung und Selbstdarstellung zeigt verbunden mit der farblichen Einschätzung der eigenen Lippenstiftfarben.

15.2.3 Außenwahrnehmung

Das vierte Bild, die Außenwahrnehmung, wird bestimmt durch die Wahl aller Testpersonen. Hier können Eigenschaften und Begriffe mit unterschiedlichen Farben belegt werden. Dies ist insofern klar und richtig, da hier allgemeine Entscheidungen getroffen wurden. Im Gegensatz hierzu ist die Wahl der Lieblings- und Lippenstiftfarben individuell und von Person zu Person verschieden.

Bei der Auswertung der Ergebnisse wurden nicht nur 1:1-Übereinstimmungen gesucht, sondern auch nachbarschaftliche oder verwandte Farben berücksichtigt. Wählte eine Testperson das Purpurrot als Lieblingsfarbe und das aufgehellte Purpurrot bei einer Eigenschaft, so wurde ein Zusammenhang von 80 % festgelegt. Der gleiche Wert wurde für den benachbarten Rotton zugrunde gelegt.

Die Zuordnung erfolgte durch die Testpersonen selbst, so dass in gewisser Weise ein Psychogramm der einzelnen Personen entstand.

Beispiel 1. Die Testperson wählt bei der Eigenschaft „sexy“ das Purpurrot sowohl als Lippenstift- als auch als Lieblingsfarbe. Damit würde der innere Charakter (Kern-Ich und Selbstwahrnehmung) mit der Außendarstellung übereinstimmen. Würden die Mitmenschen die Testperson genauso einstufen, wäre die Darstellung perfekt.

Die Übereinstimmung des Kern-Ichs mit der Selbstwahrnehmung kann auch ein Zeichen für einen ausgeglichenen Charakter sein, mindestens für die gewählte Charaktereigenschaft (Abbildung 15.20).

Beispiel 2. Hier stimmt der innere Charakter (Bild 1 und Bild 2) nicht mit der Darstellung nach außen überein (Abbildung 15.21).

Würde die Testperson beim Begriff „sexy“ das Purpurrot als Lippenstiftfarbe wählen, würde keine Übereinstimmung mit der Lieblingsfarbe Orangerot bestehen, die das Kern-Ich widerspiegelt. Da die beiden Farben nicht übereinstimmen, wird diese innere Eigenschaft nicht nach außen kommuniziert.

Würden die meisten Testpersonen dann ein anderes Rot für die Eigenschaft „sexy“ wählen, entstünde ein Wirrwarr. Die Testperson zeigt mit der Wahl der Lieblingsfarbe die Charaktereigenschaft des ersten Bildes. Mit der abweichenden Wahl bei der Lippenstiftfarbe signalisiert sie einen anderen Eindruck. Die Mehrzahl der Mitmenschen hätte allerdings auch einen anderen Eindruck von der Testperson.

Beispiel 1: Übereinstimmung der drei Bilder

	1. Bild Kern-Ich	= Lieblingsfarbe
	3. Bild Selbstwahrnehmung	= Lippenstiftfarbe
	4. Bild Außenwahrnehmung	= Farbwahl

Abb. 15.20: Das erste Beispiel zeigt gleiche Farbwahl der Testperson: Hier stimmen das Kern-Ich und die Selbstwahrnehmung mit der Wahrnehmung einer anderen Person überein.

Beispiel 2: Keine Übereinstimmung der Bilder

	1. Bild Kern-Ich	= Lieblingsfarbe
	3. Bild Selbstwahrnehmung	= Lippenstiftfarbe
	4. Bild Außenwahrnehmung	= Farbwahl

Abb. 15.21: Alle drei gewählten Farben sind unterschiedlich: Das Kern-Ich „passt“ nicht zur Selbstwahrnehmung. Und die Wahrnehmung der Umgebung ist in diesem Fall auch konträr.

Beispiel 3. Die Abweichung zwischen der gewählten Lieblingsfarbe und der Lippenstiftfarbe betrifft zunächst nur die Testperson selbst. Da die Mehrzahl der Testpersonen bei der gewählten Eigenschaft die gleiche Farbe wie die Lippenstiftfarbe gewählt hat, gibt es hier keine Diskrepanzen. Die Illusion ist perfekt! Nach außen zeigt die Testperson eine Charaktereigenschaft, die sie im Inneren nicht hat (erstes Bild <-> drittes Bild, Lieblingsfarbe <-> Lippenstiftfarbe). Da die Personen im Umfeld nicht ins erste Bild schauen können, sondern nur das dritte Bild sehen, passt hier die aufgebaute Illusion perfekt zur Außenwahrnehmung (Abbildung 15.22).

Mit dieser Darstellung in Bildern werden Verbindungen und Kommunikation verständlicher. Vor allen Dingen zeigen sie auch die Illusionen auf, die wir mit Hilfe der bewusst und unbewusst eingesetzten Farben erzeugen. Auf der einen Seite haben wir mit unserer Selbstwahrnehmung, die von uns gesteuert und manipuliert werden kann, die Möglichkeit, eine gewünschte Identität durch Farben anzunehmen.

16 Auch das noch!

16.1 Farben übersetzen

Grundsätzlich kann man jedem Gegenstand eine Farbe zuordnen und damit eine Verbindung schaffen. In Abbildung 16.1 wurde jedem Buchstaben des Alphabets sowie einigen Satzzeichen eine Farbe zugeordnet. Die spezielle Farbwahl ist sekundär, die Farben sollten aber genügend unterscheidbar sein. Schreibt man einen Text, so kann man diesen in Farben übersetzen. Die Variationen sind nahezu beliebig, allerdings sollte man es schaffen, wirklich 26 und mehr verschiedene Farben zu definieren.



Abb. 16.1: Jedem Buchstaben und Zeichen wird eine Farbe zugeordnet. Dann kann man die obigen Farbquadrate lesen.

16.2 Farben in Bewegung

Die bisherigen Betrachtungen beziehen sich auf stationäre Farben. Wir betrachten eine Farbe oder beispielsweise mehrere Farben in einem Bild. Was passiert, wenn sich Farben auf einem bewegten Objekt befinden? Nimmt man das Fellmuster eines Gepards oder Leoparden, so kann man sich seine Tarnung schlecht vorstellen.

Da Farben auch durch schnelle Bewegung von schwarzweißen Mustern entstehen können, wird es beim Anschleichen dieser Tiere auch zu Farbreaktionen kommen, die sie in der umgebenden Landschaft tarnen. Endgültige Aussagen sind allerdings kritisch zu betrachten, weil sie sich gegenüber ihren "Opfern" tarnen und wir nicht wissen, wie deren Augen auf die Tarnmuster reagieren oder auch nicht.