

Lukter kan påvirke oss «ubevisst»

TEKST

Reidar Ommundsen

PUBLISERT 1. januar 2006

Nå har vi vært igjennom dager fylt med lukter som vi forbinder med julen. Kanskje er det duften av grønnsåpe fra et nyvasket gulv, og av ribbe eller pinnekjøtt som siver fra kjøkkenet. Dette er lukter som vi blir oss bevisste, og som setter oss i bestemte sinnsstemninger. Det at dufter påvirker oss mentalt er et velkjent fenomen. Men kan lukter påvirke psyken vår også når vi ikke er dem bevisst? Dette spørsmålet har en nederlandsk forskergruppe søkt å belyse gjennom noen fiffige eksperimenter.

Den ubevisste duftpåvirkningen foregikk ved at den enkelte forsøksperson ble ført inn i et lite rom der de skulle løse forskjellige oppgaver. Ingen av deltakerne fikk vite på forhånd hva undersøkelsen gikk ut på. For halvparten av forsøkspersonene (eksperimentgruppen) var det skjult et lite spann med et sitronluktende rengjøringsmiddel i rommet. Den andre halvparten, som utgjorde kontrollgruppen, ble ikke utsatt for denne luktpåvirkningen. Etter at eksperimentet var over, ble deltakerne spurt om de kunne gjette hva undersøkelsen gikk ut på. Det kunne ingen av dem. De ble også spurt om de hadde registrert noen spesielle lukter i forsøksrommet. Av de 100 forsøkspersonene hadde bare seks merket seg den sitronlignende duften fra rengjøringsmidlet. Disse deltakerne ble tatt ut av undersøkelsen for å sikre at resultatene fra eksperimentgruppen utelukkende kom fra dem som ikke var seg bevisst hvilken luktpåvirkning de hadde vært utsatt for.

Under selve eksperimentet skulle forsøkspersonene se om de kunne oppfatte ord som meget kortvarig ble presentert på en tv-skjerm. De skulle svare ved å trykke på en tast dersom det de så på skjermen, var et ord, eller om det bare var en tilfeldig ansamling bokstaver. En del av ordene som ble vist på skjermen, var «rengjøringsord», dvs. ord som rense, skure og vaske. Resten av ordene hadde ikke noe å gjøre med rengjøring. Deltakerne som hadde vært utsatt for duften av rengjøringsmidlet uten å være seg dette bevisst, var raskere og bedre til å kjenne igjen ord på skjermen som hørte til rengjøringsordene. Eksperiment- og kontrollgruppen var derimot like flinke til å gjenkjenne andre typer av ord. Resultatet tyder altså på at ubevisste inntrykk av duften fra et rengjøringsmiddel gjorde hjernene til forsøkspersonene mer parat til å registrere ord knyttet til rengjøring.

I en tilsvarende undersøkelse med to nye grupper av forsøkspersoner der halvparten ble utsatt for vaskemiddelduften, den andre ikke, ble forsøkspersonene bedt om å beskrive hva de hadde tenkt å gjøre senere på dagen. Her viste det seg at de som hadde blitt

utsatt for duften av rengjøringsmiddelet, ville gjøre saker som hadde å gjøre med rengjøring eller rydding. Den ubevisste duften av rengjøringsmiddelet hadde altså inspirert den førstnevnte gruppen til å «få lyst» til å utføre rengjøring senere på dagen.

De oppfinnsomme hollandske forskerne gjorde et tredje forsøk, også denne gang med nye forsøkspersoner. To grupper skulle oppholde seg noen få minutter i et rom med eller uten en svak duft av rengjøringsmiddel. Deretter ble deltakerne enkeltvis fulgt til en nærliggende kantine og plassert ved et bord der de fikk servert en kopp kaffe og et rundstykke. De fikk beskjed om å vente der til neste del av undersøkelsen. Situasjonen med kaffe og rundstykke var faktisk avsluttende del av eksperimentet. Forskerne hadde nemlig spredd noen smuler og sølt noe kaffe på bordet fra en «tidligere kunde», og forsøkspersonene ble observert med skjult kamera. Ville de gjøre bordet rent før de begynte å spise selv? Nok en gang viste det seg at den ubevisste påvirkningen av duften fra rengjøringsmiddelet hadde gjort inntrykk. Deltakerne i eksperimentgruppen viste en langt sterkere tendens til å gjøre bordet rent enn deltakerne i kontrollgruppen som ikke hadde vært utsatt for det sitronduftende rengjøringsmiddelet!

Teksten sto på trykk første gang i Tidsskrift for Norsk psykologforening, Vol 43, nummer 1, 2006, side

TEKST

Reidar Ommundsen