

# Γιατί μας έλκουν τα λαμπερά αντικείμενα;

/ [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#)

## Διαμάντια σαν γάργαρο νερό...

*Διαμάντια σαν γάργαρο νερό...*

Η απάντηση κατά τους επιστήμονες είναι εξελικτική και οφείλεται στην επιθυμία μας για... νερό

### Ουάσινγκτον

Από ένα γυαλιστερό κινητό τελευταίας τεχνολογίας μέχρι ένα εκθαμβωτικό διαμαντένιο μονόπετρο η έλξη που νιώθουμε για λεία και λαμπερά αντικείμενα σύμφωνα με νέα μελέτη, έχει πάντα την ίδια εξελικτική ρίζα: τη βασική μας ανάγκη για... νερό! Μπορεί στις μέρες μας να έχουμε υποσυνείδητα συνδέσει τα γυαλιστερά-λαμπερά αντικείμενα με την εικόνα της χλιδής και της πολυτέλειας, στην πραγματικότητα όμως σύμφωνα με αμερικανούς και βέλγους επιστήμονες, η τάση μας να τα επιλέγουμε βασίζεται στη φυσική μας επιθυμία για το υγρό στοιχείο.

Ερευνητές από το [Πανεπιστήμιο του Χιούστον](#) στις ΗΠΑ και το [Πανεπιστήμιο της Γάνδης](#), στο Βέλγιο, έλαβαν την ιδέα για τη μελέτη τους από μια παλαιότερη, στην οποία είχαν συμμετάσχει παιδιά ηλικίας μέχρι 12 μηνών. Όπως είχε φανεί, τα μωρά έτειναν να βάζουν στο στόμα τους μόνο γυαλιστερά και όχι ματ αντικείμενα και να τα γλείφουν με τρόπο που παρέπεμπε στον τρόπο με τον οποίο τα ζώα πίνουν νερό από μια λίμνη.

### «Βουτιά» στη γυαλάδα

Με στόχο να δουν τι ακριβώς συμβαίνει, οι ειδικοί αποφάσισαν να διεξαγάγουν έξι διαφορετικά πειράματα. Σε πρώτη φάση έπρεπε να δουν κατά πόσο η επιλογή ενός γυαλιστερού αντικειμένου οφειλόταν σε φυσική αντίδραση και όχι σε κοινωνικούς λόγους (τα γυαλιστερά αντικείμενα έχουν π.χ. συνδεθεί με την καλοζωία). Στο πλαίσιο αυτό, χορήγησαν σε ενήλικους φυλλάδια σε ματ αλλά και σε γυαλιστερή ποιότητα για να επιλέξουν. Σε παιδιά χορήγησαν πάλι φυλλάδια με εικονιζόμενο τον Αϊ Βασίλη. Και στις δύο περιπτώσεις οι εθελοντές - μικροί και μεγάλοι - επέλεξαν τη γυαλιστερή ποιότητα.

Οι ειδικοί πιστεύουν ότι η επιλογή των παιδιών είχε μεγαλύτερη βαρύτητα λόγω του νεαρού της ηλικίας τους, καθώς δεν θα μπορούσαν να έχουν γνώσεις και

βιώματα που ενδεχομένως να... θόλωναν το τελικό αποτέλεσμα.

Σε επόμενη φάση, οι ερευνητές έδωσαν τα μάτια 46 εθελοντών και στη συνέχεια στους μισούς έδωσαν ένα κομμάτι ματ χαρτί και στους άλλους μισούς ένα κομμάτι γυαλιστερό χαρτί και τους ζήτησαν να σχολιάσουν την ποιότητά του. Παρά το γεγονός ότι δεν μπορούσαν να το δουν, οι εθελοντές που κρατούσαν το γυαλιστερό χαρτί έσπευσαν να το χαρακτηρίσουν αρίστης ποιότητας και εντυπωσιακό.

Στο πλαίσιο του ίδιου πειράματος, οι ειδικοί ζήτησαν ακόμα από τους «τυφλούς» συμμετέχοντες να αναφέρουν ένα τοπίο που φαντάζονταν ότι θα μπορούσε να απεικονίζεται στο χαρτί που κρατούσαν στα χέρια τους. Οσοι κρατούσαν το γυαλιστερό χαρτί έτειναν να περιγράψουν τοπία με νερό, υποδεικνύοντας μια σύνδεση ανάμεσα στη γυαλιστερή ποιότητα και το υγρό στοιχείο.

Σε άλλη δοκιμή - αυτή τη φορά με τα μάτια των συμμετεχόντων ανοιχτά - οι ερευνητές ζήτησαν από τους εθελοντές να αξιολογήσουν την ποιότητα της γυαλάδας στο χαρτί φωτογραφιών στις οποίες απεικονίζονταν θαλασσινά τοπία ή ερημικά τοπία. Παρά το γεγονός ότι το χαρτί που είχε χρησιμοποιηθεί και στις δύο περιπτώσεις ήταν ακριβώς το ίδιο, οι περισσότεροι εθελοντές έτειναν να χαρακτηρίζουν το χαρτί των θαλασσινών τοπίων πιο γυαλιστερό από εκείνο των ερημικών τοπίων.

Σε άλλο πείραμα, πάλι, οι ερευνητές μοίρασαν 126 άτομα σε τρεις ομάδες: στην πρώτη προσέφεραν κρακεράκια χωρίς νερό, στη δεύτερη κρακεράκια με λίγο νερό, ενώ στην τρίτη ομάδα δεν προσφέρθηκε τίποτα. Μετά το νερό και τα κράκερ, οι ειδικοί έδειξαν στους εθελοντές οκτώ φωτογραφίες, από τις οποίες οι μισές είχαν γυαλιστερό χαρτί και οι άλλες μισές ματ χαρτί. Και οι τρεις ομάδες έδειξαν προτίμηση στο γυαλιστερό χαρτί, πιθανώς, κατά τους ερευνητές, λόγω της ανάγκης τους για νερό.

## **Υδάτινη επιθυμία**

*«Η μελέτη αυτή υποδεικνύει ότι η προτίμησή μας για γυαλιστερά αντικείμενα, θα μπορούσε να είναι καλά ριζωμένη στην ανθρώπινη ύπαρξη»* αναφέρει η ερευνήτρια **Βανέσα Πάτρικα** από το Πανεπιστήμιο του Χιούστον. *«Είναι πραγματικά εντυπωσιακό, το ότι παρά την εξέλιξή μας ως είδος, νιώθουμε την ίδια έλξη απέναντι σε αντικείμενα που ξυπνούν τις βασικές μας ανάγκες - που στην προκειμένη περίπτωση είναι η ανάγκη μας για νερό»* καταλήγει η ίδια.

Τα ευρήματα των επιστημόνων, αναμένεται να δημοσιευθούν στο επιστημονικό

έντυπο «[Journal of Consumer Psychology](#)».

Ειρήνη Βενιού

Πηγή: [tovima.gr](http://tovima.gr)