

Getrainde neus herkent geuren niet beter

Deze publicatie is onderdeel van het thema [Over taal gesproken](#) op Kennislink.nl.

Wijn- en koffiekenners kunnen in geuren en kleuren vertellen over hun favoriete drankje. Dat is best knap, want het Nederlands kent nauwelijks abstracte woorden voor geuren. Ilja Croijmans vergeleek de geurbeschrijvingen van getrainde en ongetrainde neuzen en kwam tot een verrassende ontdekking: kenners zijn het niet vaker met elkaar eens dan leken.

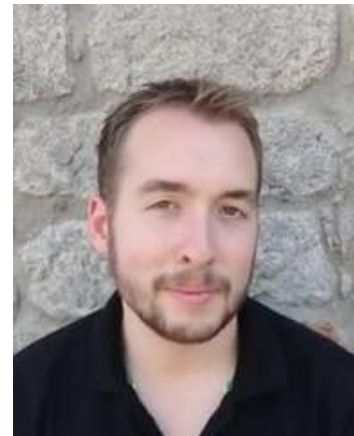
door [Erica Renckens](#)

In onze taal zijn geuren veel moeilijker te beschrijven dan kleuren. Brandweerauto's, tomaten en bloed zijn rood, maar hoe noem je de geur van mango's en abrikozen? Die is niet in één woord te vangen. Waarschijnlijk maak je een vergelijking ('het ruikt naar ...'), geef je een oordeel ('het ruikt lekker') of gebruik je een woord dat eigenlijk bij een ander zintuig hoort ('het ruikt zoet').

“Het Nederlands kent eigenlijk alleen ‘muf’ als specifieke, abstracte geuromschrijving,” vertelt Ilja Croijmans, junior onderzoeker aan de Radboud Universiteit in Nijmegen. “En misschien woorden als ‘chemisch’ en ‘natuurlijk’, maar die woorden kun je ook voor andere zintuigen gebruiken.”

De geur van bloed

Het Nederlands staat daar niet alleen in. Alle Westerse talen hebben een erg beperkte woordenschat voor geuren. “In het Jahai is dat anders, daar hebben ze twaalf verschillende termen voor geuren,” vertelt Croijmans. Deze taal wordt gesproken door een volk van jagers en verzamelaars in Maleisië. “Geuren spelen dan ook een belangrijke rol in hun dagelijks leven, hun cultuur en hun religie. Het is bijvoorbeeld taboe om vlees met verschillende geuren bloed samen in de rivier te wassen. De vermenging van die geuren zou Karey, hun godheid, boos maken.”



Ilja Croijmans, promovendus aan de Radboud Universiteit: “Zelf kan ik ook erg genieten van krachtige drankjes als koffie, wijn, bier en whiskey.”



Leden van de Jahai-stam in Maleisië kunnen geuren wel kernachtig en eensgezind omschrijven, zo [ontdekte Asifa Majid](#), een van Croijmans promotors en onderzoekster in het [Language in Interaction-consortium](#). De Jahai kennen twaalf abstracte woorden voor geuren. Zo beschrijft het woord *ltpit* de geur van bloemen, rijp fruit, parfum, zeep, en van de beermarker. *Oditous*

Een andere neus

Croijmans vroeg zich af of een essentiële rol voor geuren ook in andere culturen leidt tot het makkelijker (en eensgezinder) benoemen van geuren. Voor onze Westerse cultuur kwam hij uit bij wijn- en koffie-experts. Zij praten de hele dag door over dingen als de geur van hun producten, dus hun ervaring zou moeten leiden tot een consistentere beschrijving van algemene geuren. Dit bleek echter niet het geval. Croijmans liet 22 wijnkenners, 20 koffiekenners en 21 leken ruiken aan speciale geurpennen en vervolgens hun waarneming beschrijven. De pennen roken naar veelvoorkomende geuren als chocolade, kaneel en kruidnagel. “De getrainde neuzen herkenden evenveel geuren als de leken. Bovendien bleek dat de wijn- en koffie-experts het niet vaker met elkaar eens waren dan de leken. Alle drie de groepen verschilden onderling sterk in hun geurbeschrijvingen. Jahai-sprekers zijn veel eensgezinder,” aldus Croijmans.

Taal van de consument

Croijmans keek ook naar de manier waarop de proefpersonen de geuren omschreven. “Alle drie de groepen vergeleken de geuren vooral met andere geurbronnen. De leken gaven vaker een evaluatie van de geur,” zegt Croijmans. Zij zeiden bijvoorbeeld alleen dat de pen vies of lekker rook. “De wijnkenners deden dat ook wel, maar minder, en de koffiekenners eigenlijk bijna niet.” Croijmans vermoedt dat het ontbreken van abstracte taal in de beschrijvingen van de kenners te maken heeft met hun beroep: “Ze spreken de taal van de consument, dan heeft het waarschijnlijk ook weinig nut om abstracte termen te gebruiken.”



Deze woordwolk bevat de geuomschrijvingen van alle proefpersonen uit Croijmans onderzoek. Beschrijvingen die vaker gegeven werden zijn groter gedrukt. *Croijmans*

Zouden abstracte geurtermen dan niks toevoegen aan hun werk, als een soort jargon? “De meeste experts weten niet eens dat sommige talen wél zulke termen kennen, dus eigenlijk missen ze het ook niet,” aldus Croijmans. “Overigens betekent het ontbreken van zulke termen in onze taal niet dat geuren niet belangrijk voor ons zijn. Dat zijn ze wel degelijk, maar we zijn ons daar niet echt bewust van. Supermarkten en bioscopen maken hier handig gebruik van door aangename geuren te verspreiden. Mensen vinden de geur van versgebakken brood prettig en blijven daardoor langer in de winkel hangen.

Op Hoog Catharijne ruikt het altijd sterk naar popcorn, ik denk niet dat dat toevallig is. Misschien komen mensen zo op het idee een filmpje te gaan pakken.”

Eigen product

De experts uit dit onderzoek werken ook mee aan Croijmans vervolgonderzoek. “Tot nu toe ging het om heel algemene geuren. Ik wil weten of de beschrijvingen van de koffie- en wijnkenners consistent zijn als ze koffie en wijn proeven. Misschien zijn ze het wel vaker met elkaar eens als het over hun eigen product gaat.”



Proeven of ruiken?

“Het Engels duidt met het woord ‘flavour’ zowel geur als smaak aan,” vertelt Croijmans. “In het Nederlands is het wat verwarrender.”

Proeven doe je namelijk eigenlijk ook een beetje met je neus. Op je tong zitten smaakpapillen die vijf verschillende smaken kunnen onderscheiden: zoet, zuur, zout, bitter en umami. Alle andere smaken ervaar je doordat de geur via een holte achterin je keel naar je neus gaat. Dat verklaart waarom je eten minder lekker smaakt als je neus verstopt zit. Of waarom vieze medicijnen beter in te nemen zijn als je je neus dichtknijpt.