



Wetenschap in geuren en kleuren

Asifa Majid doet onderzoek naar woordbetekenissen in verschillende talen. Woorden voor geuren, kleuren en smaken blijken niet in alle culturen hetzelfde. Tijd voor meer diversiteit in de wetenschap.

TEKST: MYRNA TINBERGEN

Welk onderzoek fascineert u het meest?

“Ons geuonderzoek vind ik het spannendst. Het internationale tijdschrift *Cognition* heeft zojuist onze publicatie geaccepteerd over hoe verschillend sprekers van Engels en Jahai in Maleisië geuren en kleuren beschrijven. Er wordt vaak gezegd dat mensen zeer slecht zijn in het beschrijven van geuren, maar dat is onzin. Dat geldt enkel voor het Engels, Nederlands en Duits. Wij gebruiken metaforen om over geuren te praten: iets smaakt naar drop of ruikt naar koffie. Maar over de hele wereld duiden culturen op met talloze woorden voor geuren, zoals in het Jahai. Mensen kunnen er dus wel degelijk over praten. Waarom ontwikkelen sommige culturen geurwoorden en andere niet? Dat proberen wij te achterhalen.”

Sinds september bent u hoogleraar Taal, communicatie en culturele cognitie aan de Radboud Universiteit. Wat doet u voor onderzoek?

“Wij bestuderen woordbetekenissen. We hebben woorden om te verwijzen naar dingen om ons heen, zoals ‘kopje’, ‘glas’, ‘groen’ of ‘blauw’. Maar door de culturen heen komen de woorden niet overeen, er

bestaat bijvoorbeeld geen enig woord voor kopje. Zijn woordbetekenissen volkomen willekeurig of worden ze bepaald door systematische principes? Dat onderzoek ik.”

Zijn er aanwijzingen voor systematische principes achter woordbetekenissen?

“Die zijn er, maar ze verschillen per domein. Cultuur en omgeving spelen een belangrijke rol bij het ontwikkelen van concepten. Welke woorden in een taal voorkomen, hangt af van gebruik en functie van objecten, maar ook van wat die cultuur produceert. Jagersculturen kennen bijvoorbeeld geen glazen kopjes en hebben er dus ook geen woorden voor.”

Andere voorbeelden?

“We zien dit ook op het gebied van kleuren. Een Noorse studie heeft aangetoond dat mensen ten noorden van de poolcirkel blauw en paars anders waarnemen, en dus ook anders benoemen, dan mensen ten zuiden van de poolcirkel. Mensen die in de winter zijn geboren, hebben een andere kleurperceptie dan mensen die in de zomer zijn geboren. Ook mensen rond de evenaar nemen blauw en groen anders waar, wellicht door het uvlucht in hun omgeving. Maar



ASIFA MAJID

smaken te testen, maar misschien zijn er wel betere manieren om deze te beschrijven. Ons onderzoek kan daarbij helpen.”

Dat biedt interessante financiële perspectieven?

“Ik help liever consumenten. Stel dat je een wijn moet uitkiezen voor een etentje. Welke beschrijvingen helpen daarbij het best? Je moet daarbij rekening houden met cultuurverschillen. Walmart is in China geflopt. Chinezen willen levende vis kopen en producten kunnen ruiken of voelen. Al die verpakte producten werken daar niet. Terwijl Amerikanen hun vlees of vis juist niet willen ruiken.”

Wat wilt u bereiken met uw onderzoek?

“Toen ik aan mijn promotie begon, waren alle studies en theorieën gebaseerd op het Engels. Hoe kun je nu alle verklaringen baseren op één enkele taal? Rondt absurd! Ik zou willen dat wetenschap veel meer multicultureel en divers werd, niet enkel gebaseerd op de doorsnee blanke man. Diversiteit gaat grote ontdekkingen brengen, voorspel ik. Ik hoop dat ons onderzoek daaraan kan bijdragen.” ■

Welk nut heeft uw onderzoek voor de samenleving?

“De westerse samenleving doet alles om van geurtjes af te komen. Het is bijna taboe om erover te praten, zeker over vieze geurtjes. Vroeger rook een huisarts aan de urine van een patiënt om te kijken of hij diabetes had, maar dat zijn we helemaal kwijt. Tegelijkertijd besteden we miljarden aan de geur- en smaakindustrie. Multinationals als Procter & Gamble en Unilever hebben speciale panels om geuren en

www.mpi.nl/people/majid-asifa