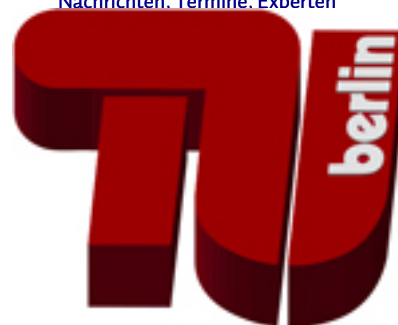




TU Berlin: Der Duft der Kontinente

Psychologen der TU Berlin vergleichen die Wahrnehmung von Gerüchen und Farben weltweit

Wenn uns etwas „stinkt“, haben winzige Moleküle unsere Nasenschleimhäute erreicht und aktivieren einige der rund 20 Millionen Riechzellen. Etwa 350 Grundgerüche und viele graduelle Geruchsvarianten kann der Mensch so wahrnehmen. Sie wirken unmittelbar auf das Gefühlszentrum im Gehirn, wecken Ängste, Erwartungen, sogar Liebe, schlagen Alarm und beflügeln die Fantasie. Doch nehmen alle Menschen auf der Welt Gerüche auf die gleiche Weise wahr? Oder ist, was der Europäer als lieblichen Duft empfindet, für den Afrikaner eine abscheuliche Provokation seiner Nase und warum ist das so?

„Die bisherigen Forschungen zeigen, dass gleiche Geruchsstoffe bei Versuchspersonen gleicher Herkunft unterschiedliche Reaktionen auslösen können“, erklärt TU-Psychologe Dr. Arnold Groh, „doch es gibt auch Geruchsstoffe, die unabhängig von der Herkunft die gleiche Reaktion auslösen.“ Arnold Groh leitet die Arbeitsstelle „Structural Analysis of Cultural Systems“ (S.A.C.S.) an der TU Berlin, die sich mit psychologischen und soziologischen Strukturen unterschiedlicher Kulturen beschäftigt. Er sucht nach den psychologischen Grundlagen menschlicher Kultur, nach Übereinstimmungen und Unterschieden überall auf der Welt. Mit einer Studie zur Olfaktorik, der Wissenschaft von den Gerüchen, will er dem Phänomen von unterschiedlicher Geruchswahrnehmung auf die Spur kommen. Er reist an verschiedene Orte der Welt – oft sind Studierende dabei –, im Gepäck ein Set von zwölf Sticks, die Grundgerüche verströmen. „Banane“, „Blume“, „Lakritze“, „Benzin“ oder „Meeresbrise“ sind zum Beispiel Begriffe, die Europäern einfallen, wenn sie an den Sticks riechen. „Ein Falsch oder Richtig gibt es dabei nicht“, erklärt Groh. „Denn wer noch nie eine Meeresbrise gerochen hat oder Benzin nicht kennt, wird schwerlich einen solchen Begriff verwenden.“

Mit ihrer Vermutung, dass die Geruchswahrnehmung auch von der Kultur abhängt, sind die Wissenschaftler auf einer heißen Spur. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass Menschen aus verschiedenen Erdteilen die Düfte der Sticks als vertraut oder weniger vertraut wahrnehmen. Und nicht nur das. Sogar im gleichen Land kann, abhängig vom Wohnort, die empfundene Intensität variieren. Einen überwiegend als unangenehm charakterisierten Duft nehmen zum Beispiel Städter sehr viel intensiver wahr als Dörfler. Interessant sind die Ergebnisse durchaus auch für Marketing-Experten.

Denn auch wenn die Geruchsforschung noch in den Kinderschuhen steckt, weiß man inzwischen, dass Gerüche tatsächlich das Verhalten von Menschen ändern und intensive Emotionen auslösen können.

Die Olfaktorik-Studie der TU-Kulturpsychologen ist eingebettet in einen umfangreichen, weltweiten Kulturvergleich, in dem außerdem die Verständigung mittels Gesten untersucht wird, das unterschiedliche Verständnis von Piktogrammen sowie die unterschiedliche Wahrnehmung von Farben. Um ihre Ergebnisse zusammenzuführen und forschungsrelevante Schlüsse zu ziehen, arbeiten die Kulturpsychologen unter anderem mit Linguisten und Semiotikern zusammen.

3.035 Zeichen

Fotomaterial zum Download
www.tu-berlin.de/?id=85683

Weitere Informationen erteilt Ihnen gern: Dr. Arnold Groh, TU Berlin, Fakultät I Geisteswissenschaften, Arbeitsstelle „Structural Analysis of Cultural Systems“ (S.A.C.S.), Berliner Arbeitskreis für Kultursemiotik (BAKS), Franklinstr. 28-29, D-10587 Berlin, Tel.: 030/ 314-23115, E-Mail: arnold.groh@tu-berlin.de