

Hersenen bedriegen zelfs

De Gelderlander
26 September 2009

de beste wijnkenners

Is het zo erg dat specifieke nuances uit kwaliteitswijnen verdwijnen als gevolg van klimaatveranderingen?

Gedrags- en hersenwetenschappers zetten grote vraagtekens bij het vermogen van de menselijke geest om objectief smaken te kunnen onderscheiden en beoordelen.

Vier recente en onafhankelijk van elkaar gehouden onderzoeken met behulp van magnetische resonantie (mri) wijzen uit dat hersenen ons flink voor de gek houden bij smaakbeleving.

Uit de onderzoeken blijkt dat dezelfde frisdrank of wijn totaal verschillende hersenactiviteiten ople-

vert wanneer iets in de presentatie van het product wordt aangepast. Zelfs in de hersenen van getrainde sommeliers (wijnkenners) verandert de activiteit zichtbaar, wanneer ze bij een tweede dronk van dezelfde wijn voor het eerst te horen krijgen wat er in het glas zit. Ook kan een simpel neutraal rood

kleurstofje ervoor zorgen, dat de proevers van 'witte' wijn een geheel ander jargon gaan gebruiken wanneer ze op deze manier gefopt worden. Verder is gebleken dat dezelfde drank een hogere activiteit veroorzaakt in hersendelen die met genotsbeleving te maken hebben wanneer een hoger prijskaart-

je op de fles zit. Mri-beelden laten zowel bij leken als vinologen activiteiten zien in hersengebieden die met smaak en reuk te maken hebben. Alleen bij de kenners gebeurt er tijdens het proeven nog iets extra's: zichtbare activiteit in het werkgeheugen en hersendelen waar gedragsstrategie wordt gere-

geld. Kenners beleven dezelfde wijn dus wezenlijk anders dan leken.

Smaakbeleving is volgens de onderzoeker geen objectieve reactie van de hersenen op de inhoud van het wijnglas, maar 'een complexe totale interactie tussen de proever en het product'.

Omdat kleine smaaknuances grote prijsverschillen kunnen opleveren, is er volgens onderzoekers voor wijnproducenten een wereld te winnen met betere marketing. Een ander etiket of een hogere prijs verandert de wijn immers meer dan een graadje temperatuurverschil.

